



IKEA Groep
Duurzaamheidsverslag
FY12

Inhoudsopgave

01 Inleiding

- 3 *Over de IKEA Groep*
- 5 *Onze Zweedse roots*
- 6 *Bericht van Mikael Ohlsson*
- 8 *Bericht van Steve Howard*
- 10 *Hoogtepunten FY12*
- 11 *Duurzaamheidsstrategie van de IKEA Groep*

02 Een duurzamer leven thuis

- 16 *Producten voor een duurzamer leven thuis*
- 19 *De klanten bij het beleid betrekken*

03 Onafhankelijkheid van hulpbronnen en energie

- 25 *Verantwoorde aankoop*
- 39 *Duurzamere producten*
- 47 *Duurzamere gebouwen en vervoer*
- 58 *Energie en water in onze toeleveringsketen*

04 Een beter dagelijks bestaan voor mensen en gemeenschappen

- 68 *Een geweldige plaats om te werken*
- 73 *Mensenrechten bij IKEA*
- 75 *De beste plaatsen om te werken – leveranciers*
- 85 *Sterke gemeenschappen*

05 Governance en ethiek

- 91 *Hoe wij werken*
- 92 *Duurzaamheidsgovernance en management*
- 96 *Ethisch zakendoen*
- 97 *Openbaar beleid*



De IKEA GROEP

Op 31 augustus 2012 telde de IKEA Groep vestigingen in 44 landen, met inbegrip van 30 handelskantoren in 25 landen. Wij hadden bovendien 33 distributiecentra en 11 klant distributiecentra. De IKEA Groep had in totaal 298 woonwarenhuizen in 26 landen.

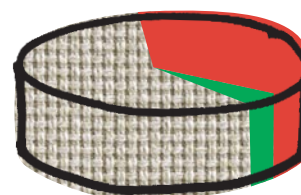


MEDEWERKERS PER FUNCTIE

Retail: 106.500
 Aankoop, distributie, groothandel, assortiment en overige: 14.500
 Industriële groep: 18.000
 Totaal aantal medewerkers van de IKEA Groep in FY12: 139.000

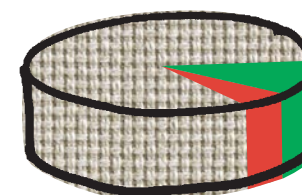
MEDEWERKERS PER REGIO

Europa: 99.000
 Noord-Amerika: 18.000
 Azië en Australië: 11.000
 Rusland: 11.000




AANKOOP PER REGIO

Europa: 63%
 Rusland, Azië en Australië: 33%
 Noord-Amerika: 4%



OMZET PER REGIO

Europa: 79%
 Noord-Amerika: 14%
 Rusland, Azië en Australië: 7%

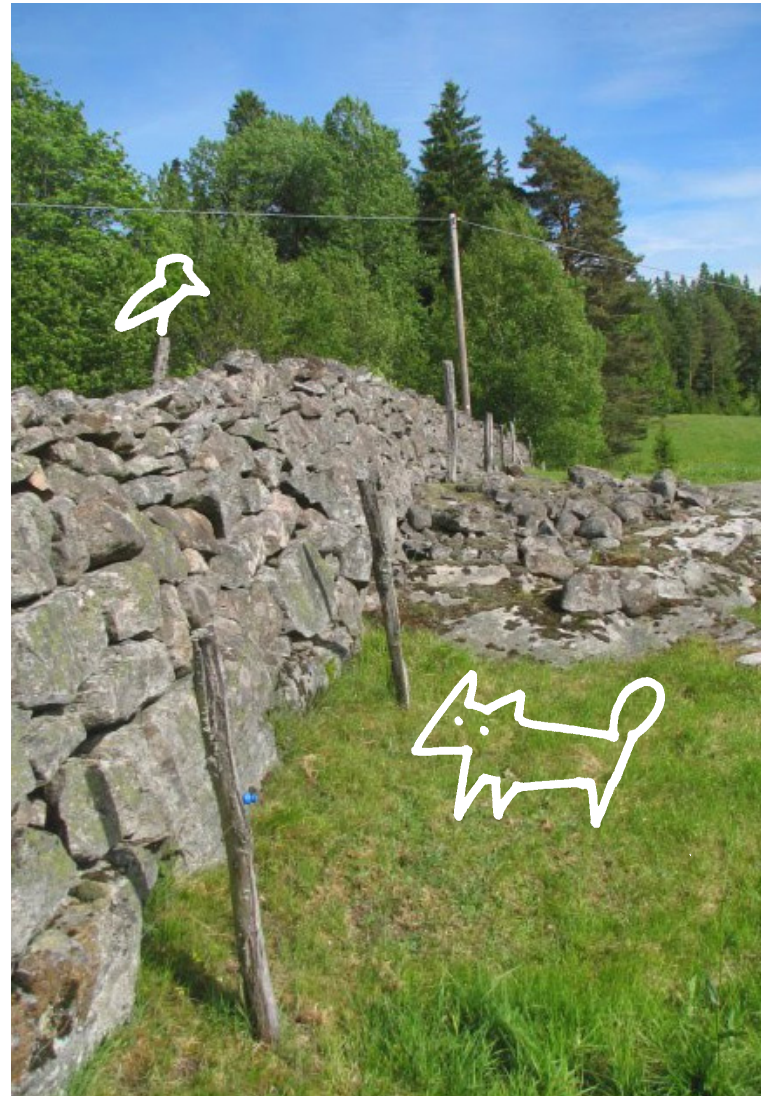
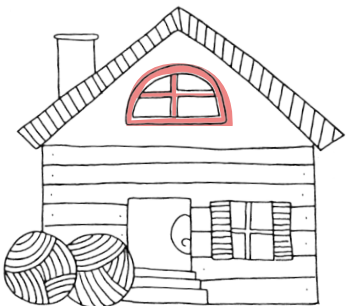


*Onze visie:
een beter
dagelijks bestaan
voor zoveel
mogelijk mensen.*

Onze Zweedse roots

Zweden heeft een lange traditie van het combineren van schoonheid en functie in het interieur. Maar toen wij van start gingen, was design voor veel mensen onbetaalbaar. Daarom hebben wij er altijd naar gestreefd om mensen met weinig geld de kans te geven hun huis mooi en functioneel in te richten. Wij noemen dat "democratisch design".

Wij zijn begonnen in Småland, een streek in het zuiden van Zweden die bekend staat om haar rotsige landschap, uitgestrekte wouden en hardwerkende mensen. Praktische oplossingen voor de uitdagingen van het dagelijkse leven zijn hier even belangrijk als een spaarzaam gebruik van de middelen. Onze waarden zijn die van het gezond verstand: eenvoud, kostenbewustzijn, nederigheid en wilskracht. Ze lagen en liggen aan de basis van alles wat wij doen. Al meer dan 60 jaar lang maken wij heel veel met heel weinig.



De stenen muur is een symbool van IKEA. Hij staat voor eenvoud en hard werk.



Mikael Ohlsson is President en Chief Executive Officer van de IKEA Groep.

Bericht van Mikael



Duurzaamheid is een belangrijke motor van vernieuwing binnen IKEA – van de manier waarop producten worden ontworpen tot de manier waarop wij ze produceren, verpakken en vervoeren.

Ze sluit aan bij het bedrijfsconcept van IKEA, het aanbieden van goede producten tegen betaalbare prijzen. Dat houdt dus in dat IKEA zijn prijzen laag moet houden en zorgvuldig moet omgaan met de beperkte natuurlijke hulpbronnen.

IKEA streeft naar een beter dagelijks bestaan voor zoveel mogelijk mensen. We zijn actief in de woninginrichting, maar onze visie geeft ons de kans en ook de verantwoordelijkheid om verder te kijken dan de woning en onze filosofie toe te passen op alles wat wij doen. Wij laten IKEA groeien en zich ontwikkelen in harmonie met de mens en de planeet.

De nieuwe duurzaamheidsstrategie van IKEA, "People & Planet Positive", heeft als doel miljoenen klanten te inspireren om thuis duurzamer te leven, IKEA onafhankelijk te maken van energie en natuurlijke hulpbronnen, en te blijven werken aan een beter dagelijks bestaan voor mensen en gemeenschappen. Onze inzet en resultaten in dit groeiproces worden met iedereen gedeeld.

Onze medewerkers en leveranciers hebben in de loop der jaren veel vooruitgang geboekt. We hebben veel producten ontwikkeld die tijd en geld besparen. We blijven meer en meer hernieuwbare materialen uit verantwoorde bronnen gebruiken. Het aantal directe transporten wordt uitgebreid om het aantal kilometers terug te dringen en traditionele houten pallets zijn vervangen door papieren exemplaren. Deze ontwikkelingen leiden tot kostenbesparingen en zijn beter voor het milieu. En ik ben er heel erg trots op dat alle leveranciers van woonproducten na 12 jaar hard werken voldoen aan de richtlijnen van onze gedragscode (IWAY).

Het is geweldig dat onze medewerkers zo gedreven zijn. Bij de aanwerving van medewerkers houden wij rekening met onze waarden en wij verwachten dat iedereen zijn of haar verantwoordelijkheid opneemt en op de werkvloer leert. Niemand is volmaakt en soms maken we fouten. We geven die openlijk toe en zetten ze recht. Daarna werken we verder met de opgedane kennis en nieuwe inzichten. Wij vinden dat succesvol zakendoen en verantwoord gedrag uitstekend samengaan. Onze nieuwe gedragscode vormt een goede basis voor onze bedrijfsethiek - een ethiek die wij nooit zullen schenden.

Een beter dagelijks bestaan voor zoveel mogelijk mensen ontstaat niet vanzelf. Samen met onze medewerkers, klanten, leveranciers en andere partners blijven we investeren in hernieuwbare energie, nieuwe technologieën en nieuwe materialen om IKEA nog beter te maken.

Ook kinderen, de allerbelangrijkste mensen op aarde, krijgen blijvende steun van de IKEA Foundation. We wenden onze kracht aan om iets goeds te creëren. Wat goed is voor mensen, is uiteindelijk ook goed voor IKEA.”

A handwritten signature in black ink, consisting of stylized initials and a surname, followed by a horizontal line that extends to the right.

Mikael Ohlsson is President en Chief Executive Officer van de IKEA Groep.



Steve Howard is Chief Sustainability Officer van de IKEA Groep en lid van het Uitvoerend Management.

Bericht van Steve



Ik werk nu een aantal jaren voor IKEA en ik heb veel gedreven collega's die van aanpakken weten. We hebben al veel bereikt.

Dankzij producten die minder energie of water verbruiken en minder afval produceren, kunnen steeds meer mensen tijd en geld besparen. En die twee zaken zijn nog nooit zo belangrijk geweest als nu.

We hebben ook een duidelijk standpunt ingenomen over ons energiegebruik - dat moet omlaag en de energie die we gebruiken, moet afkomstig zijn uit hernieuwbare bronnen, zoals de zon, wind en biomassa. Zo kunnen we de kosten stabiliseren en hebben we geen last meer van schommelende energieprijzen. In het afgelopen jaar kwam onze productie van hernieuwbare energie overeen met 34% van ons totale energieverbruik. Aan het einde van FY12 waren er 250.000 zonnepanelen en 83 windmolens in gebruik.

Het is ook belangrijk dat we ons verzekeren van de aanvoer op de lange termijn van verantwoord katoen en hout, twee van onze belangrijkste grondstoffen. Om de hoeveelheid verantwoord hout en katoen te vergroten, waaronder hout met het keurmerk van de Forest Stewardship Council (FSC) en katoen dat verbouwd is volgens de richtlijnen van het Better Cotton Initiative, gaan we terug naar de bron. We steunen opleidingsprojecten voor landbouwers en verbeteren het bosbeheer.

Zo hebben we een aantal minimumeisen gesteld waaraan het hout voor IKEA producten moet voldoen. In FY12 kwam 22,6% van het hout uit bossen met een FSC-label. Meer dan een derde van ons katoen werd op een verantwoorde manier verbouwd.

We willen een beter dagelijks bestaan voor de medewerkers in de fabrieken van onze leveranciers. Alle leveranciers van woonproducten voldoen aan de eisen van onze gedragscode voor leveranciers (IWAY). Dat is echt een mijlpaal. We willen op deze voet verder gaan, omdat niet alleen de medewerkers er beter van worden, maar ook de leveranciers en wij.

We kijken ook vooruit. In 2020 zullen veel meer klanten met het openbaar vervoer naar onze vestigingen komen, of misschien wel met een milieuvriendelijke auto van IKEA. Als we het voor elkaar krijgen, zullen ze een voertuig op zonne-energie gebruiken om hun producten mee naar huis te nemen, of zullen ze een elektrische bestelwagen huren. Iedereen zal dan weten dat alle IKEA grondstoffen duurzaam worden gewonnen of gerecycled en dat ons bedrijf voor 100% op hernieuwbare energie werkt.

Ons grotere assortiment eenvoudige en betaalbare producten zal de klanten de kans geven om thuis hun energie te beheren en te produceren, afval te sorteren en te verminderen en niet meer water te verbruiken dan nodig is.

We zullen nog altijd zitbanken verkopen, maar ik hoop dat ze uit fabrieken op zonne-energie zullen komen, vervoerd zullen worden door elektrische voertuigen en gemaakt zullen zijn van gerecyclede materialen en duurzaam gecertificeerd katoen. Er zullen oplossingen bestaan om je oude zitbank te hergebruiken of recyclen als je er na 10 of 20 jaar op uitgekeken bent.

Dat alles zal mogelijk worden gemaakt door onze gedreven medewerkers, samen met onze leveranciers en andere partners. En eigenlijk zijn we al een heel eind op weg!”



Steve Howard, Chief Sustainability Officer, IKEA Groep

Hoogtepunten FY12

Het volume hout uit bossen met FSC-label is van 16,2% naar **22,6%** gestegen.

86% van het afval van onze activiteiten wordt gerecycled



Onze vaatwassers zijn **22-51%** efficiënter dan in 2008

100% van de leveranciers van woonproducten moet door IWAY goedgekeurd zijn – als dat niet zo is, krijgen ze geen nieuwe orders meer



In het kalenderjaar 2012 heeft de IKEA Foundation **82 miljoen euro** geschonken aan kinderen die in armoede leven

47% van onze managers zijn vrouwen, tegenover 40% in FY11



We hebben meer dan **1.000 IWAY audits** voltooid



83% van onze medewerkers zijn trots op de manier waarop IKEA met duurzaamheid omgaat



34% van ons katoen komt uit verantwoorde bronnen

De CO₂-uitstoot van de gebouwen van IKEA is met **17%**, gedaald tegenover FY11

De producten die energie verbruiken, zijn **32%** efficiënter dan in 2008



Geproduceerde hernieuwbare energie vertegenwoordigt **34%** van ons totale energieverbruik.

De energie-efficiëntie van onze woonwinkels is met **3%** verbeterd tegenover FY11.

Wij hebben ons voorgenomen om in FY16 uitsluitend led-verlichting te verkopen



Er is **1,5 miljard euro** uitgetrokken voor investeringen in hernieuwbare energie tot in 2015

91% van alle in onze producten gebruikte materialen is hernieuwbaar, recyclebaar of gerecycled.

We hebben de duurzaamheidsstrategie **People & Planet Positive** voor 2020 gelanceerd...



People & Planet Positive: De duurzaamheidsstrategie van de IKEA Groep

Een van de grootste uitdagingen van de 21ste eeuw is de omgang met de verwachte schaarste aan middelen en met de klimaatverandering, zonder een goede levenskwaliteit voor mensen overal ter wereld in het gedrang te brengen. People & Planet Positive, onze nieuwe duurzaamheidsstrategie, vertrekt van onze jarenlange ervaring met ecologische en maatschappelijke problemen en beschrijft hoe wij zullen bijdragen aan de aanpak van de uitdagingen.

Om aan de toekomstige behoeften van de klanten te voldoen, rekening te houden met de hogere prijzen van grondstoffen en energie, de uitstoot te beperken en onze prijzen laag te houden, moeten we ons bedrijf transformeren. Als we alleen maar proberen om het minder slecht te doen, zullen we ons doel niet bereiken. We hebben een echte transformatie nodig. Dat betekent dat we oude gewoonten veranderen en nieuwe aanleren, dat we durven, dat we innovatief zijn en in actie komen. Onze sterke waarden van saamhorigheid en enthousiasme, ons constante streven naar vernieuwing en onze inzet om onze doelen te realiseren, zullen ons helpen bij de vele grote en kleine stappen die we moeten zetten. People & Planet Positive beschrijft onze plannen.

Op de volgende pagina zetten we enkele van onze belangrijkste verbintenissen voor FY20 op een rijtje. Aangezien People & Planet Positive op het einde van FY12 werd gepubliceerd, zullen we vanaf volgend jaar verslag uitbrengen over de vooruitgang. Dit rapport beschrijft onze vooruitgang tegenover de vorige streefdoelen, die van onze strategie voor 2015.

Duurzaamheid is een van de vier hoekstenen van het richtplan Growing IKEA Together. People & Planet Positive zal ons helpen om binnen de beperkingen van de planeet te groeien.

Zie [People & Planet Positive – Duurzaamheidsstrategie van de IKEA Groep 2020](#)

Belangrijkste verbintenissen van People & Planet Positive

Zorgen dat duurzaamheid een onderdeel wordt van ons dagelijkse werk.

- Tegen het einde van FY15 zal 95% van de medewerkers van IKEA het ermee eens zijn dat “duurzaamheid een natuurlijk onderdeel is van het dagelijkse werk”.
- Duurzaamheid wordt opgenomen in alle plannen voor persoonlijke ontwikkeling en incentives.
- Een verbeterde kennis, opleiding en uitwisseling van beste praktijken moeten alle medewerkers in staat stellen om IKEA te helpen en actief uit te dagen om duurzamer te worden.

1 Thuis duurzamer leven

Het voortouw nemen in de ontwikkeling en promotie van producten en oplossingen die de klanten in staat stellen thuis duurzamer te leven.

- Tegen het einde van FY20 zal de verkoop van producten en oplossingen die de klanten in staat stellen thuis duurzamer te leven meer dan verviervoudigen.

Mensen en gemeenschappen rond onze woonwoningen, onze leveranciers en medewerkers betrekken en engageren door een sterke, relevante en unieke communicatie.

- Tegen het einde van FY15 moeten minstens 95% van de medewerkers, 95% van de leveranciers en 70% van de consumenten IKEA als een maatschappelijk en ecologisch verantwoorde onderneming zien.

2 Onafhankelijkheid van hulpbronnen en energie

Onafhankelijkheid van hulpbronnen nastreven door ze binnen de beperkingen van de planeet te gebruiken en de omzetting van alle afval in hulpbronnen aan te moedigen.

- In FY17 zal 50% van het geplande houtvolume uit verantwoorde bronnen komen.
- In FY15 zal al het gebruikte katoen volgens de voorschriften van het Better Cotton Initiative worden geproduceerd.
- Tegen het einde van FY15 zullen alle woningmaterialen vervaardigd worden van hernieuwbare, recycleerbare of kringloopmaterialen.
- Tegen het einde van FY15 zal 90% van onze woonproducten duurzamer zijn, met gedocumenteerde ecologische verbeteringen van zowel het gebruik van hulpbronnen als de functionaliteit van de producten, getoetst aan onze Duurzaamheidsscorekaart voor producten.

Ons bedrijf ontwikkelen door te investeren in hernieuwbare energiebronnen, energie-efficiëntie, de uitbreiding en herinrichting van woonwoningen, transport met lage koolstofuitstoot en de ontwikkeling van het assortiment.

- Wij zullen de huidige investeringsniveaus behouden of overtreffen en publiek verslag uitbrengen over de vooruitgang.
- Tegen het einde van FY15 zullen alle woonwoningen deelnemen aan “IKEA Goes Renewable” (zie pagina 51).
- Elk nieuw woonwoninghuis van IKEA, alle kantoren, distributiecentra of fabrieken van de industriegroep zullen met het oog op een maximale duurzaamheid worden gelokaliseerd, ontworpen, uitgerust en geëxploiteerd.

Energieonafhankelijkheid nastreven door een leider in hernieuwbare energie te zijn en de energie-efficiëntie van onze activiteiten en de bevoorradingsketen te verhogen.

- Tegen het einde van FY15 zullen wij een hoeveelheid hernieuwbare energie produceren die minstens overeenkomt met 70% van ons energieverbruik.
- Tegen het einde van FY20 zal de IKEA Groep evenveel hernieuwbare energie produceren als we in onze activiteiten verbruiken.

3 Een beter dagelijks bestaan voor mensen en gemeenschappen

Als leider bijdragen aan een beter bestaan voor mensen en gemeenschappen die een impact onderkennen van onze business.

- Tegen het einde van FY15 zullen alle leveranciers van IKEA (binnen de scope van IWAY) onze IWAY gedragscode naleven. IWAY zal doorlopend worden geëvalueerd en versterkt.
- Wij zullen ervoor zorgen dat onze eisen voor de ecologische, sociale en arbeidsomstandigheden van onze eigen vestigingen gelijk zijn aan of strenger dan onze eisen voor de leveranciers die onze People-strategie volgen.
- Wij zullen de verwezenlijking van de mensenrechten steunen en een positieve impact hebben op het dagelijkse bestaan van de mensen, met de VN Mensenrechtennormen voor Bedrijven als basis.
- Vertrekkend van onze overtuiging dat onze acties altijd de beste belangen van het kind in gedachten moeten hebben, zullen wij de Children's Rights and Business Principles (Richtlijnen voor Kinderrechten en het Bedrijfsleven) gebruiken om in al onze activiteiten de kinderrechten te beschermen.





Jim Leape

Directeur-generaal, WWF International

“ Het partnership van WWF met IKEA is gebaseerd op de transformatie van markten. In People & Planet Positive van IKEA vinden we veel ambitieuze doelstellingen die zullen helpen om de markten van hout en katoen te transformeren, de uitstoot in de maatschappij te verminderen en mensen thuis duurzamer te laten leven. IKEA heeft veel vorderingen geboekt maar zal nog hard moeten werken om al zijn uitdagende doelstellingen te bereiken. WWF verwelkomt dat engagement van harte en hoopt dat het andere bedrijven zal inspireren om voor dezelfde aanpak te kiezen.”



Harish Jakhar

Product Engineer, IKEA Groep

“ We hebben maar één Aarde voor ons allemaal. Het is belangrijk dat we zorgvuldig met natuurlijke hulpbronnen omgaan en kiezen voor vervanging of aanvulling ervan. Duurzaamheid kan ingewikkeld zijn, maar als wij ze op de juiste manier benaderen, zal ze ons competitiever maken. Dat is voor mij de essentie van Growing IKEA Together.”



Sara Nordquist

Verkoopteam, Keukens, woonwarenhuis Malmö, Zweden

“ Een van mijn taken is om klanten te wijzen op de duurzaamheidsvoordelen van onze keukenproducten. Ik laat ze ook zien hoeveel elektriciteit en water ze kunnen besparen. Het gaat me goed af, omdat ik weet dat IKEA ook echt investeert in duurzaamheid.”

John Sauven

Executive Director, Greenpeace VK

“ Met People & Planet Positive staat IKEA in de voorhoede van de ondernemingen die onderzoeken hoe zij de grondslagen van hun bedrijfsmodel kunnen transformeren in het licht van de milieudreigingen, van voedsel- en energiezekerheid tot waterschaarste en de teloorgang van de biodiversiteit. In het domein van de hernieuwbare energie is de visie van IKEA om tegen 2020 zijn eigen activiteiten met 100% hernieuwbare energie uit te voeren een ambitie die, als andere bedrijven erin zouden meegaan, de wereldwijde schone technologie een enorme stimulus zou geven.”



*Een duurzamer
leven thuis*

Een duurzamer leven thuis

Veel mensen willen duurzamer leven – meer recycelen, minder energie en water verbruiken, minder afval veroorzaken. Maar de klanten hebben vaak advies nodig over de stappen die ze moeten zetten, en kunnen zich niet meer tijd of geld veroorloven.

Wij kunnen onze klanten inspireren om duurzamer te leven- en tegelijkertijd geld te besparen- door minder energie en water te verbruiken en minder afval te produceren. Door betaalbare, eenvoudig te gebruiken producten en oplossingen aan te bieden, kunnen wij een duurzamer leven thuis vergemakkelijken.

Dat is voor IKEA al sinds lang een prioriteit. Nu willen wij met de lancering van onze nieuwe duurzaamheidsstrategie verder gaan in de ontwikkeling en de promotie van producten die de klanten in staat stellen om duurzamer te leven. Wij willen tegen het einde van FY20 de verkoop van deze producten en oplossingen meer dan verviervoudigen.

Ongeveer een kwart van onze CO₂-voetafdruk komt van klanten die producten van IKEA thuis gebruiken.

Door onze klanten de kans te geven om duurzamer te leven, zullen wij dus een groot verschil maken. En met 690 miljoen mensen die de woonwinkels van IKEA wereldwijd bezoeken, zullen alle kleine veranderingen samen een grote impact hebben.

FY12 in een oogopslag

- Wij hebben ons voorgenomen om tegen 2016 uitsluitend ledverlichting te verkopen
- Wij hebben nieuwe producten en oplossingen gelanceerd die onze klanten helpen om thuis duurzamer te leven
- Onze producten die energie verbruiken, zijn 32% efficiënter dan de producten die in 2008 op de markt kwamen

People & Planet Positive – nieuwe doelstellingen

- Tegen het einde van FY20 zullen wij de verkoop van producten en oplossingen die de klanten inspireren en helpen om thuis duurzamer te leven meer dan verviervoudigen
- Onze producten die energie verbruiken, zullen gemiddeld ten minste 50% efficiënter zijn dan ons assortiment van 2008
- Tegen het einde van FY16 zullen al onze elektrische kookplaten energie-efficiënte inductiekookplaten¹ zijn
- Tegen het einde van FY16 zal ons volledige verlichtingsassortiment overgeschakeld zijn naar ledlampen, tegen de laagste prijzen
- In FY17 zullen wij de meest energie-efficiënte elektrische toestellen aanbieden tegen de laagste prijzen

¹ Uitzonderingen als gevolg van plaatselijke omstandigheden zijn mogelijk

Producten voor een duurzamer leven thuis

Wij hebben al veel producten en oplossingen gelanceerd die de klanten in staat stellen om duurzamer te leven. Heel wat andere zijn in ontwikkeling. Om onze doelstellingen te bereiken, zullen wij duidelijk met onze klanten communiceren en onze vooruitgang meten.

Wij hebben in FY12 gedefinieerd wat wij met producten voor duurzaam leven thuis bedoelen. Het product moet de klanten in staat stellen om:

- Energie te besparen of te produceren;
- Minder afval te creëren;
- Meer te recycleren;
- Water te besparen.

In FY13 zullen wij een proces invoeren om de vooruitgang in de productontwikkeling en de verkoop te meten. We zullen basisgegevens verzamelen om daarna de vooruitgang te volgen.

Energie

Onze producten die energie verbruiken zijn verlichtings-toestellen, televisies en apparaten zoals kookplaten, koelkasten, ovens en wasmachines. De verbetering van de efficiëntie kan onze klanten grote energiebesparingen opleveren. Wij kunnen een reële impact hebben door efficiënte producten tegen een lage prijs aan te bieden, zodat al onze klanten ze zich kunnen veroorloven. In FY12 waren onze producten die energie verbruiken 32% energie-efficiënter dan de producten die in 2008 op de markt kwamen.



FOLKILIG inductiekookplaten.

De inductiekookplaten van IKEA gebruiken de technologie van het magnetisch veld om de pan te verwarmen, niet de rest van de kookplaat of de omgevende lucht. Dit vermindert de kooktijd met wel 60% en het energieverbruik met wel 40%.

ENASTÅENDE vaatwasser.

Ons assortiment vaatwassers is nu 22% tot 51% efficiënter dan de producten die in 2008 op de markt kwamen.



In Europa hebben al onze koelkasten, diepvriezers, ovens, vaatwassers en wasmachines nu energieklassen A, A+ of A++. Dit betekent dat ze tot de efficiëntste producten op de schaal van de EU behoren, die de producten scores geeft van A+++ tot D. De verlichting verbruikt 20% van de energie in de woning. In FY16 zullen al onze verlichtingtoestellen leds gebruiken, de efficiëntste verlichtingstechnologie. (Verlichting, een stralende toekomst, pagina 18)



De **ISANDE** koelkast/vriezer, geïntroduceerd in FY12, heeft een A++ energieklassen. Al onze koelkasten en vriezers zijn nu 23% tot 54% energie-efficiënter dan het gemiddelde van de in 2008 op de markt gebrachte toestellen, met een positieve weerslag op de energiefactuur van de klanten. We hebben ook de isolatie- en bewaarfuncties verbeterd, zodat de klanten voedsel langer vers kunnen houden en minder voedsel moet weggoien.

Water

Het huishoudelijke waterverbruik is goed voor 10% van het totale verbruik van drinkwater. De meeste kranen van IKEA gebruiken een drukcompenserende verluchter, die lucht aan het water toevoegt en het waterverbruik vermindert zonder de druk te beïnvloeden. Dit kan het verbruik met wel 40% verminderen en de kosten van klanten met een watermeter verlagen. We hebben bovendien de waterefficiëntie van veel vaatwassers en wasmachines verbeterd. In ons volledige assortiment vaatwassers hebben we de waterefficiëntie met 22-51% verbeterd vergeleken met de producten van ons assortiment van 2008.



De **RINGSKÄR** kraan vermindert het waterverbruik met 40%.



De **BOHOLMEN** spoelbakaccessoires helpen klanten zonder vaatwasser om tot 60% minder water voor de vaat te verbruiken dan met stromend water.

Afval

De recycling van afval beperkt het storten en creëert nieuwe bronnen van materialen, die opnieuw gebruikt kunnen worden. Maar afval kan veel plaats in beslag nemen en wanneer men kleinbehuïsd is, kan thuis sorteren moeilijk zijn. Onze oplossingen maken recycling voor de klanten makkelijker en efficiënter. Met onze producten voor de bewaring van voedsel en de sortering van afval kunnen de klanten bovendien minder voedsel verspillen.



De producten voor afvalscheiding van de **RATIONELL** serie passen in een keukenkast of lade en hebben deksels tegen nare luchtjes.

IKEA 365+ voorraaddozen geven de klanten de mogelijkheid om restjes te bewaren en minder voedsel te verspillen. Alle dozen zijn geschikt voor de koelkast, de diepvriezer en de microgolfoven. De kleinere modellen hebben een verluchtingsopening in het deksel die verwarmen in de microgolfoven efficiënter maakt. De grotere dozen hebben een uitneembaar rooster dat groente in de doos langer vers houdt.



Verlichting, een stralende toekomst

IKEA transformeert de verlichting, van de toestellen en lampen die wij verkopen tot de verlichting van onze eigen gebouwen en woonwoningen. In FY16 zullen alle verlichtingstoestellen die wij verkopen overgeschakeld zijn naar ledlampen, een duurzamere en meer kostenefficiënte technologie. Wij hebben in FY12 meer dan 3,6 miljoen LEDARE ledlampen verkocht, wat miljoenen mensen heeft geholpen om op hun elektriciteitrekening te besparen. Wij willen in dit domein de marktleider zijn.



Leds verbruiken 85% minder energie dan traditionele gloeilampen en gaan 20 keer langer mee (tot 20 jaar per lampje). Ze zijn zelfs efficiënter dan conventionele spaarlampen en gaan gemiddeld tien jaar langer mee. Ledlampen bevatten geen kwik en zijn volledig recyclebaar.

Een ledlamp kan duurder zijn in de aankoop dan andere soorten spaarlampen, maar omdat leds zo lang meegaan, zijn ze over hun volledige levensduur beduidend goedkoper. Wij hebben onze prijzen verlaagd dankzij ontwikkelingen van de technologie en samenwerking met onze leveranciers. Wij twijfelen er niet aan dat wij nog lagere prijzen kunnen aanbieden, zodat nog meer klanten hun voordeel kunnen doen met ledlampen.

Ledverlichting schept ook nieuwe designmogelijkheden, aangezien de flexibele lampen kunnen worden ingebouwd en unieke vormen en ontwerpen mogelijk maken die met traditionele gloeilampen uitgesloten zijn. Ledlampen geven de kleuren trouwer weer en kunnen aangenamer zijn voor het oog dan veel conventionele spaarlampen.

Ons ledassortiment zal blijven evolueren naarmate wij in de productontwikkeling investeren en de betaalbaarheid verder verbeteren. Wij hopen bijvoorbeeld dimbare leds te introduceren, en sterkere lampen die evenveel licht afgeven als conventionele lampen van 100 W.

IKEA verkoopt bijna 80 miljoen lampen per jaar. Wij verwachten dat onze inzet voor ledlampen een grote impact zal hebben op de verlichtingsmarkt in haar geheel en andere bedrijven zal aansporen om ons voorbeeld te volgen.

Samantha Smith

WWF Global Climate and Energy Initiative

De klimaatverandering is een enorme bedreiging. Ze wordt vooral veroorzaakt door de CO₂-uitstoot van fossiele brandstoffen. Om ze te bestrijden, moeten we overal waar we kunnen minder energie verbruiken. Bijna 20% van het totale elektriciteitsverbruik gaat naar de verlichting, zodat de overstap naar de ledtechnologie een voordelige manier is om een grootschalige verandering teweeg te brengen. Door zijn verlichtingsassortiment naar ledlampen te converteren, zal IKEA een grote impact hebben op de verlaging van het energieverbruik van veel huishoudens.”

In nieuwe ideeën investeren

IKEA GreenTech investeert in innovatieve technologie voor energie, water, afval, geavanceerde materialen en de duurzame woning van de toekomst. Het doel: projecten steunen die IKEA in staat zullen stellen innovatieve nieuwe producten aan te bieden die bijdragen tot een duurzamer leven thuis.

IKEA GreenTech is in 2008 van start gegaan. Het is een investeringsmaatschappij in volledige eigendom van de IKEA Groep, met een kapitaal van SEK 500 miljoen (ongeveer 60 miljoen euro). Het heeft al 12 miljoen euro geïnvesteerd in bedrijven die rond schone technologie, energiebeheer en vegetarisch voedsel werken, en in een durfkapitaalfonds voor schone technologie.



De klanten bij het beleid betrekken

Wij willen de klanten inspireren en informeren over duurzaamheid en hen betrekken bij wat wij doen.

Studies helpen ons om de realiteit van het dagelijkse leven van onze klanten beter te begrijpen en manieren te vinden om het leven thuis duurzamer te maken. Als we weten hoe de klanten dagelijks leven, kunnen wij de oplossingen ontwikkelen die zij echt nodig hebben.

FY12 in een oogopslag

- We hebben samen met WWF een studie uitgevoerd om te kijken hoe wij de klanten en medewerkers kunnen helpen om thuis duurzamer te leven.
- We hebben onze website geüpdatet om onze klanten meer informatie over duurzaamheid aan te bieden

People & Planet Positive – nieuwe doelstellingen

- Tegen het einde van FY15 moeten minstens 95% van de medewerkers, 95% van de leveranciers en 70% van de consumenten IKEA als een maatschappelijk en ecologisch verantwoorde onderneming zien.

Onderzoek

In FY12 hebben wij ons project met WWF in Zweden en China voltooid, dat de beste oplossingen onderzocht om klanten en medewerkers te helpen om duurzamer te leven. Het was de bedoeling uitdagingen en hindernissen te identificeren en relevante oplossingen te vinden die de mensen geen extra tijd en geld kosten.

Wij zullen de resultaten gebruiken in onze inspanningen om de klanten te betrekken en te inspireren, en ook om onze productontwikkeling richting te geven (Duurzamer leven thuis, pagina 21).

Wij werken bovendien met de resultaten van onderzoek bij 10.000 consumenten (ook van IKEA) en medewerkers in China, Europa en de VS. Deze studie onderzocht de attitudes en de perceptie van IKEA en van duurzaamheid, en de beste manier waarop IKEA de klanten en de consumenten kan betrekken.

Communicatie

Wij gebruiken veel methoden om te vertellen wat wij doen en om de voordelen te communiceren. Naast informatie in de woonwinkels, hebben wij een geüpdate rubriek op onze website gelanceerd met voorbeelden van producten en tips om bijvoorbeeld de verspilling van voedsel en de uitstoot van CO₂ tegen te gaan.

IKEA FAMILY is onze club voor vaste klanten, met wereldwijd meer dan 55 miljoen leden. De leden ontvangen geregeld informatie van IKEA en krijgen bijzondere prijzen op de producten van IKEA FAMILY en van het algemene IKEA assortiment. Wij zijn van plan om in het assortiment IKEA FAMILY nieuwe producten te introduceren die onze klanten zullen inspireren en helpen om duurzamer te leven, met inbegrip van producten voor het beheer en de monitoring van het energieverbruik in huis.

De visie van de consument op duurzaamheid

- Meer dan 70% van de bevroegde consumenten vindt duurzaamheid belangrijk. Zij willen duurzaam leven en zouden het positief vinden dat IKEA een actieve rol speelt om hen te helpen.
- De meeste medewerkers vinden duurzaamheid belangrijk en vinden het goed dat IKEA ze als een prioriteit beschouwt.
- Een beduidend aandeel van de consumenten (35%) vindt dat ze meer zou kunnen doen om duurzaam te leven, maar sommige mensen (20%) ziet op tegen de kosten.
- De klanten zouden graag zien dat IKEA voorrang geeft aan de duurzaamheidsproblematiek, zoals hernieuwbare energie, de duurzaamheid van de producten en duurzaam hout.

Een duurzamer leven thuis

Om een duurzamer leven thuis een realiteit te maken voor onze klanten, moeten we eerst begrijpen hoe zij leven en welke oplossingen het best inspelen op hun behoeften. Ons project met klanten van IKEA in Zweden en medewerkers en hun families in Shanghai, China, heeft ons geleerd wat wij moeten doen:

“Echte” oplossingen aanbieden. Om het gedrag te veranderen, is het belangrijk dat we benaderingen vinden die relevant zijn voor de manier waarop mensen echt leven. Oplossingen moeten eenvoudig en eenduidig zijn, niet ingewikkeld, tijdrovend of duur. Ze kunnen van land tot land en zelfs van regio tot regio verschillen, omdat mensen op andere manieren leven en de lokale infrastructuur en diensten zoals recycling kunnen verschillen.

De nadruk leggen op de voordelen. In de communicatie met klanten en medewerkers moeten we de praktische voordelen van een duurzaam leven thuis verklaren, bijvoorbeeld: het kan geld en tijd uitsparen en bovendien goed zijn voor de planeet.

De vooruitgang meten. Mensen wijzigen hun gedrag wanneer ze kunnen zien welk verschil dat maakt. Zo motiveert het gebruik van een energiemonitor mensen,

omdat ze merken dat het lager zetten van de verwarming of het uitschakelen van een lamp echt een verschil maakt.

Interactie en uitwisseling bevorderen.

De deelnemers voelden zich meer gemotiveerd wanneer ze merkten dat andere mensen dezelfde ervaring meemaakten en wanneer ze via de website en de blog van het project ideeën konden uitwisselen. Dat maakte het makkelijker om te zien dat de kleine maatregelen die elk huishouden nam samen een grote impact hadden. Andere klanten en medewerkers werden op hun beurt geïnspireerd en gemotiveerd wanneer ze rechtstreeks van de betrokkenen over het project hoorden.

Verandering inspireert verandering.

Veel gezinnen vonden dat de nadruk op energie-, water en afvalbesparing hen inspireerde om ook in andere domeinen initiatieven te nemen. Zo meldden verscheidene gezinnen dat ze minder vlees aten en dat ze hun winkelgewoonten hadden aangepast om minder voedsel te verspillen.

Over het project. Het project liep van FY11 tot FY12 en werd samen met WWF ontwikkeld. Zes maanden lang hielpen wij negen gezinnen in Zweden om verschillende interieuroplösungen voor water,

energie en afval te testen. De oplossingen omvatten ledverlichting, afvalsortering, recyclingbakken, keukenuitrusting zoals snelkookpannen en systemen voor voedselbewaring, vloerkleden, dekens en rolgordijnen voor een betere isolatie.

Wij hebben hun feedback en de milieupact van hun maatregelen gemeten. De gezinnen vertelden ons in bijeenkomsten en interviews over hun ervaringen. Ze publiceerden bovendien updates op een speciale website en op een blog, die de deelnemers en andere klanten konden raadplegen.

De resultaten waren indrukwekkend. De gezinnen verminderden hun niet-recyclebare afval met 45% en hun stroomverbruik voor de verlichting met 10-30%.

In China hielpen wij tien medewerkers en hun gezinnen met de ontwikkeling van individuele verbeteringsplannen rond energie. In het woonwarenhuis werd een display met oplossingen van IKEA voor een duurzaam leven thuis ontwikkeld, als inspiratiebron voor de klanten en de medewerkers.





Calle Löfgren

Klant van IKEA en deelnemer aan ons onderzoeksproject met WWF.

|| We hebben veel meer bereikt dan

ik voor mogelijk had gehouden en een aantal resultaten waren echt verbluffend. Onze hoeveelheid afval is echt veel verminderd - bijna alles wordt gerecycled of gecomposteerd. En onze elektriciteitsrekening is nog nooit zo laag geweest. De producten van IKEA waren over heel de lijn erg nuttig. Ik kon de afvalbakken zelfs met de fiets naar de recyclinginstallatie brengen. Dat maakt recycling veel praktischer. Het lastigste was besparen op water. Met drie dochters in huis is de douche vaak bezet. Daar ben ik nog mee bezig. De medewerking aan het project heeft mij geïnspireerd om dingen te blijven veranderen. Ik zeg altijd dat als je iets kan verbeteren of voor een duurzamer product kan kiezen, waarom zou je dat dan niet doen?"




Anfei You

Verkoopteam, Keukens, woonwarenhuis IKEA Shanghai Beicai

|| Alle lampen zijn vervangen door ledlampen, koken

gebeurt op een inductiekookplaat en we hebben een energiezuinige koelkast gekocht. Verder hergebruiken we water en sorteren we ons afval. En onze apparaten staan niet meer op stand-by, maar helemaal uit. Ik was echt onder de indruk van het verschil. Voor het project zag ik het milieu als een politiek onderwerp en ik voelde me er totaal niet bij betrokken. Ik weet nu dat je iets kan doen om de wereld te veranderen, elke dag een beetje meer. Ik wil anderen over mijn ervaringen vertellen en ze delen met klanten in het woonwarenhuis."





*Onafhankelijk-
heid van
hulpbronnen
en energie*



Onafhankelijkheid van hulpbronnen en energie

Niets verspillen en meer halen uit minder zit ons in het bloed. Wij willen zuinig omgaan met middelen. Dat beïnvloedt ons elke dag.

Wij hebben beslist dat wij onafhankelijk willen worden van hulpbronnen en van energie, wat betekent dat wij de producten kunnen blijven maken die onze klanten wensen, tegen een lage prijs. Door hulpbronnen duurzamer te gebruiken, kunnen wij meewerken aan de wereldwijde inspanningen om het milieu te beschermen en de klimaatverandering te bestrijden.

Wij worden energie-efficiënter en produceren onze eigen hernieuwbare energie. En wij werken met onze leveranciers om hen te inspireren hetzelfde te doen.

Dankzij de omvang van ons bedrijf en onze langdurig engagementen kunnen wij een grote impact hebben - bijvoorbeeld door materialen als duurzaam katoen en hout meer ingang te doen vinden, en door het gedrag op volledige markten te beïnvloeden, bijvoorbeeld met energie-efficiënte verlichting.

Verantwoorde aankoop

Door onze grondstoffen verantwoord aan te kopen, ze zorgvuldig te gebruiken en een meer duurzame bevoorradings zoektocht te zoeken, kunnen wij bijdragen tot een blijvende beschikbaarheid tegen lage prijzen.

Wij leggen de nadruk op de grondstoffen die het belangrijkst zijn voor ons bedrijf en die de grootste potentiële ecologische en maatschappelijke impact hebben: hout, katoen, palmolie, leder en voedsel.

Bossen

Hout is een van onze belangrijkste materialen en wordt in veel IKEA producten verwerkt. Wij zijn altijd op zoek om het hout dat wij gebruiken tot het uiterste te benutten, door onze producten zo te ontwerpen dat er zo weinig mogelijk materiaal voor nodig is en de fabricage zo efficiënt mogelijk verloopt.

Wij werken al vele jaren met anderen samen om de toelevering van hout uit verantwoord beheerde bossen te verhogen. Wij zijn een van de stichtende leden van de Forest Stewardship Council. We hebben nu 19 bosopzieners die ervoor zorgen dat al het hout volgens onze bosbouwnormen wordt aangekocht en dat we in onze toeleveringsketen meer gecertificeerd hout gebruiken.

FY12 in een oogopslag

- Terwijl onze leveranciers aan onze IWAY norm voor bosbouw moeten voldoen, is het volume hout uit door de Forest Stewardship Council gecertificeerde bossen van 16,2% naar 22,6% gestegen.
- Wij hebben 13 projecten van WWF gesteund voor een meer verantwoord bosbeheer, onder meer door de FSC-certificering.
- Een derde van het katoen voor onze producten komt uit verantwoorde bronnen.
- Wij hebben GreenPalm-certificaten gekocht voor alle palmolie die we in FY12 in onze producten hebben gebruikt.
- Wij hebben met externe organisaties samengewerkt om de duurzaamheidsnormen in de leerindustrie te verbeteren.
- Wij hebben in onze Zweedse shops twee nieuwe bioproducten

geïntroduceerd.

People & Planet Positive – nieuwe doelstellingen

- In FY17 zullen wij het volume hout uit verantwoorde bronnen verviervoudigen tegenover FY11, zodat het 50% van het totale verwachte volume bedraagt.
- In FY17 zal al het leder volledig traceerbaar zijn en geproduceerd worden volgens normen die de bossen beschermen en het dierenwelzijn eerbiedigen.
- In FY15 zal al het gebruikte katoen volgens de voorschriften van het Better Cotton Initiative worden geproduceerd

Ons werk met organisaties voor verantwoord bosbeheer helpt om de houtvoorraad voor de toekomst van onze activiteiten te vrijwaren en om de biodiversiteit te beschermen, ontbossing te voorkomen en de bestaansmiddelen van gemeenschappen in bosgebieden in stand te houden. Goed beheerde bossen kunnen een belangrijke rol spelen om de klimaatverandering te milderen.

Al het hout dat in onze producten wordt gebruikt, komt van leveranciers die onze IWAY norm voor bosbouw naleven, zodat wij er zeker van zijn dat het hout legaal gerooid is, zonder negatieve weerslag op het milieu. Hout vertegenwoordigt ongeveer 60% van al het materiaal dat in onze producten wordt gebruikt. In FY12 hebben wij 13,56 miljoen m3 massief hout en op hout gebaseerd plaatmateriaal gebruikt (papier en verpakkingen niet meegerekend). Dat vertegenwoordigt ongeveer 0,7% van het totale commerciële houtverbruik ter wereld, zodat wij een van de grootste houtverbruikers in de retailsector zijn.

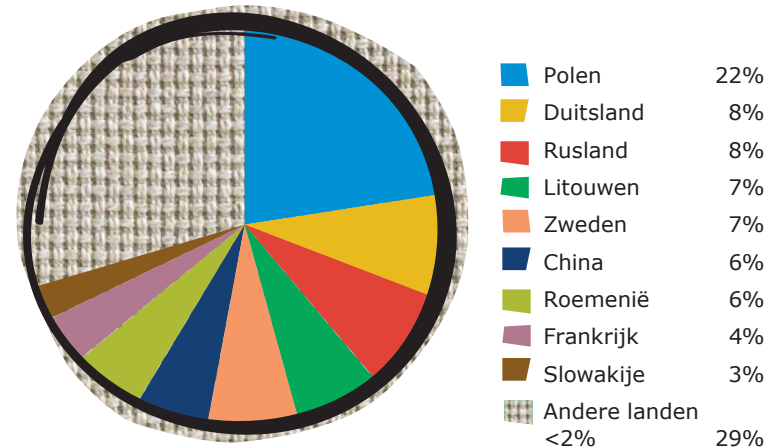
Wij verzekeren een aanvoer van hout op lange termijn door:

- Te verzekeren dat het hout dat wij gebruiken voldoet aan de IWAY norm voor bosbouw. Deze norm is een onderdeel van IWAY, onze gedragscode voor leveranciers. Wij gebruiken audits om de naleving te controleren
- Meer hout uit verantwoorde bronnen te gebruiken (gerecycled hout en hout uit door de Forest Stewardship Council als verantwoordelijk beheerd gecertificeerde bossen). Wij willen in FY17 50% van ons hout uit verantwoorde bronnen betrekken
- Hout efficiënter te gebruiken - dankzij productontwerpen die het gebruik van hout tot het minimum beper-

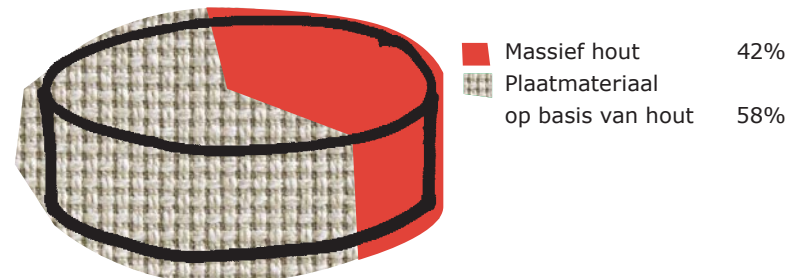
ken of die gerecycled hout gebruiken

- Met andere bedrijven, ngo's en regeringen samen te werken om illegaal rooien te bestrijden, wetten voor bosbescherming te steunen, de biodiversiteit te bevorderen en de beschikbaarheid van hout uit verantwoord beheerde bossen te vergroten

Aankooplanden, gebruikte houtsoorten- % aangekocht hout



Aangekochte houtsoorten - %



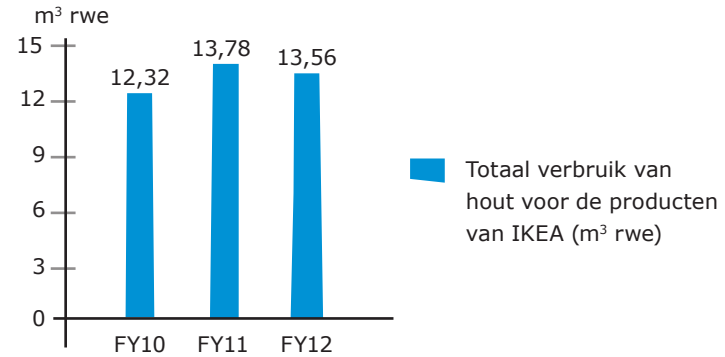
Vooruitgang in FY12

Wij hebben in FY12 het aandeel hout (massief en plaatmateriaal) uit verantwoorde bronnen naar 22,6% verhoogd (16,2% in FY11). De verhouding massief hout uit verantwoorde bronnen steeg van 22,9% naar 23,5%, maar wij hebben ons streefdoel van 35% niet bereikt. Een van de grootste uitdagingen is de schaarste aan hout met FSC-label. Slechts ongeveer 7% van de productieve bosgebieden van de planeet voldoen aan de FSC-norm. Dat betekent dat veel van de landen waar wij ons bevoorraden niet in staat zijn om voldoende hout met keurmerk te leveren. Wij werken met onze partners om dit probleem op te lossen (zie Met anderen werken, pagina 95).

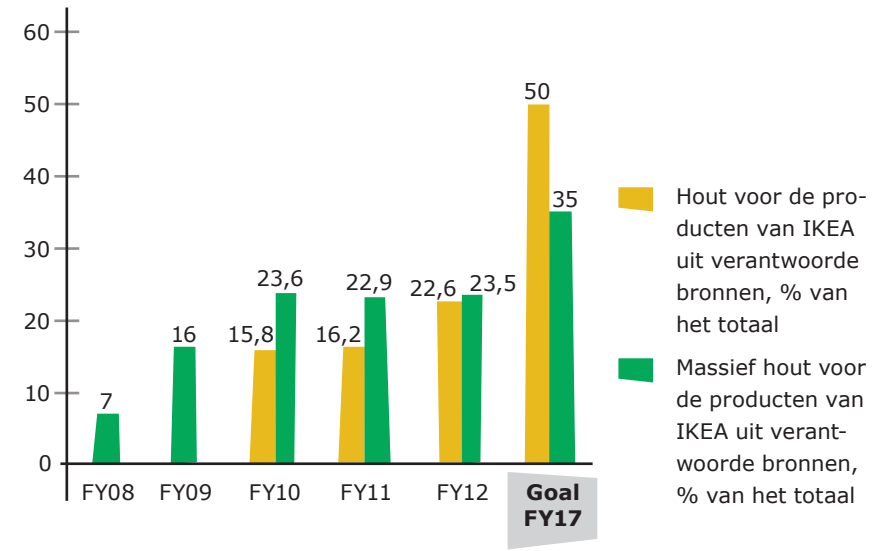
Verantwoorde bronnen omvatten hout met FSC-label en gerecycled hout. Wij beschikken momenteel alleen over gegevens voor hout met FSC-label, maar verwachten dat wij vanaf FY13 gegevens over het percentage gerecycled hout zullen kunnen publiceren. Rondhoutequivalent (rwe) is het volume rondhout (stammen) dat nodig is om onze producten te vervaardigen.

Deze gegevens gelden voor al het hout dat in de producten van IKEA wordt gebruikt, zowel massief hout als op hout gebaseerd plaatmateriaal. Het papier dat in producten zoals servetten wordt gebruikt, is niet in de cijfers inbegrepen. Hout voor verpakkingen en drukwerk, ongeveer 5% van ons totale houtvolume, is evenmin inbegrepen. Wij schatten dat ongeveer 85% van onze verpakkingen van gerecycled materiaal is gemaakt. In FY13 willen wij een consistente benadering toepassen voor de aankoop van papier en verpakkingen voor heel de IKEA Groep.

Totaal verbruik van hout voor de producten van IKEA (m³ rwe)



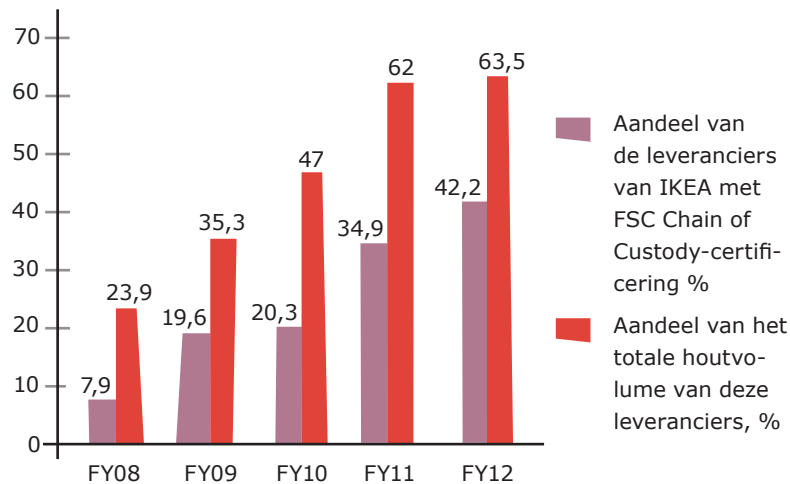
Hout uit verantwoorde bronnen (%)



Wij vragen alle leveranciers van producten die massief hout of op hout gebaseerd materiaal bevatten om de certificering van de FSC Chain of Custody-norm (CoC) te behalen. De CoC-norm is bedoeld om te voorkomen dat illegaal geroid hout en andere soorten ongewenst hout de toeleveringsketen bereiken. Hij eist dat de leveranciers regelmatig externe audits ondergaan. De CoC staat los van de FSC-norm voor verantwoorde bosbouw. Ook leveranciers die geen hout uit bossen met FSC-label betrekken, kunnen de CoC-certificering krijgen.

Zie www.fsc.org voor meer informatie.

FSC Chain of Custody certification (%)



Wij hebben in FY12 111 audits op de toelevering van hout uitgevoerd om de naleving van de bosbouwnorm van IWAY te controleren, naast onze IWAY audits van de

leveranciers van producten die hout bevatten. Wij hebben vijf bijkomende audits door externe auditors laten uitvoeren. De audits van de toelevering van hout kunnen de volledige toeleveringsketen bestrijken, tot in het bos. Tien leveranciers konden de herkomst van hun hout niet volledig documenteren, zodat wij er niet zeker van kunnen zijn dat hun hout uit legale bronnen afkomstig is. Wij werken niet langer met deze leveranciers, tot zij in staat zijn om aan onze traceerbaarheidsnormen te voldoen.

IWAY audits en audits van de toeleveringsketen van hout

	FY08	FY09	FY10	FY11	FY12
Aantal IWAY audits en audits van de toeleveringsketen van hout	87	63	124	139	116
• Aantal uitgevoerd door externe auditors	3	3	7	5	5
Geauditeerde volumes (audits van IKEA en externe audits) (miljoen m ³)	1,5	0,5	1,27	1,69	2,34
• Geauditeerde volumes als aandeel van het totale volume in producten van IKEA gebruikte hout, %	-	-	10,3	12,3	17,3
Geauditeerde volumes die aan de minimale bosbouwseisen van IKEA voldoen, %	80	92	97	94	95,2

Wij herzien de bosbouwnorm van IWAY regelmatig en werken hem bij. Zo hebben wij in FY12 eisen voor de bevoorrading met bamboe en gerecycled hout toegevoegd.

In de loop van het jaar hebben wij een externe evaluatie laten uitvoeren om er zeker van te zijn dat onze systemen voldoen aan de eisen van de nieuwe houtrichtlijn

van de EU en soortgelijke wetgeving in de VS. Als gevolg hiervan hebben wij al onze IWAY eisen uitgebreid naar een aantal leveranciers die IKEA zeer kleine hoeveelheden hout leveren.

Met anderen werken

Wij werken samen met WWF, de organisatie voor natuurbehoud, en met andere partners om het bosbeheer te verbeteren en de beschikbaarheid van hout met het FSC-label te vergroten. Sinds de start van de samenwerking met WWF in 2002 is het aantal bosgebieden met FSC-label met 30 miljoen hectare toegenomen.

Wij steunen 13 projecten van WWF voor een meer verantwoord bosbeheer, onder meer door de FSC-certificering, en voor de identificatie en bescherming van bossen met "hoge beschermingswaarde". Deze term werd door FSC ontwikkeld om de identificatie en de bescherming te

vergemakkelijken van bossen die vanwege hun biodiversiteit en andere lokale factoren bijzonder belangrijk zijn. Het project bevordert bovendien een verantwoorde handel in bosproducten en legt de nadruk op de strijd tegen illegale houtkap.

Plaatmateriaal op basis van hout wordt van allerlei materialen gemaakt, zoals zaagsel, spaanders uit zagerijen, afval uit de bosbouw, gerecycled hout en afvalhout van fineerprocessen. De tracering van deze bronnen kan een uitdaging zijn en onze normen eisen dat de leveranciers uitsluitend hout gebruiken uit landen of streken met een laag risico dat niet-duurzaam of illegaal gekapt hout de toeleveringsketen van het plaatmateriaal bereikt. In China werkt IKEA samen met de Chinese Bosbouwacademie om meer gedetailleerde risicokaarten op te stellen voor elke Chinese staat. Dit zal ons de mogelijkheid geven om bronnen met een hoger risico te identificeren en te onderzoeken.

Samen met WWF oerbossen in Roemenië beschermen

Roemenië is een van onze belangrijkste landen voor de aankoop van beukenhout. Sinds 2002 werken wij samen met WWF om in Roemenië een verantwoord bosbeheer te bevorderen en meer hout met keurmerk voor onze producten aan te kopen. Deze gezamenlijke inspanning heeft ervoor gezorgd dat 720.000 hectare bos het FSC-label heeft ontvangen. Binnenkort zal 2 miljoen hectare extra

worden gecertificeerd.

Wij hebben samen gebieden met bos met hoge beschermingswaarde in kaart gebracht, een belangrijke eerste stap voor de bescherming van deze zones.

In het kader van de samenwerking heeft IKEA een campagne van WWF voor de bescherming van 200.000 hectare oerbos in Roemenië gesteund. Oerbos-

sen hebben een hoge wetenschappelijke, educatieve en ecologische waarde. De campagne in 2011 leverde ongeveer 2000 krantenartikelen op. Meer dan 100.000 mensen ondertekenden een aan het Ministerie van Milieu gerichte petitie. Het ministerie heeft een verordening gepubliceerd die de bescherming van de habitat van 13.000 soorten in oerbossen zal verzekeren.

Bosbouw in Karelië

Via Swedwood, een bedrijf van de IKEA Industry Group dat zagerijen uitbaat en meubels maakt, huurt en beheert IKEA bossen in Karelië, een streek in het noordwesten van Rusland. Karelië heeft een grote oppervlakte oude bossen met een veel rijkere biodiversiteit dan intensief beheerde bossen. De bevoorrading met hout uit deze bossen impliceert verantwoordelijkheden die wij buitengewoon ernstig nemen.

In FY12 drukten verscheidene ngo's hun bezorgdheid uit over de bosbouwpraktijken van IKEA in Karelië en meer bepaald over de houtkap in oude bossen. Wij namen de klachten ernstig en voerden zelf een onderzoek uit. Wij deden ook een beroep op certificerende instanties, die konden bevestigen dat wij de norm van de Forest Stewardship Council (FSC) naleven. Swedwood Karelia is in 2012 zonder ernstige afwijkingen voor de jaarlijkse FSC-audit geslaagd.

- Onze activiteiten in Karelië worden sinds 2006 door Forest Management gecertificeerd.
- Om de waterlopen, de moerassen en de biodiversiteit te beschermen, laten wij in de kapzones bomen en groepen bomen staan.
- Wij identificeren bosgebieden met hoge beschermingswaarde of waar bedreigde soorten voorkomen. Deze gebieden worden niet uitgebaat. Momenteel is ongeveer 20% van de gehuurde oppervlakte uitgeslo-

ten van de houtkap, om de biodiversiteit en de waterlopen te beschermen. Wij verwachten in 2014 klaar te zijn met de inventaris van de bossen met hoge conserveringswaarde.

- De bossen krijgen de kans om zich na het kappen op een natuurlijke manier te herstellen, maar wanneer natuurlijke regeneratie niet zou lukken, planten wij bomen aan.
- Wij werken samen met een aantal ngo's, autoriteiten en lokale organisaties om de bosbouwpraktijken in de streek en in heel Rusland te verbeteren, en wij zullen dat blijven doen.

Wij werken verder samen met ngo's en andere organisaties in Karelië, terwijl we onze stakeholders over onze werking blijven informeren.

Sommige ngo's vragen zich af of de bosbouwnormen van de FSC wel streng genoeg zijn. Wij menen dat de FSC een beduidende en positieve impact heeft gehad op de bosbouwpraktijken in Rusland en dat deze aanpak de beste manier is waarop bedrijven, ngo's, overheden en gemeenschappen kunnen samenwerken om wereldwijd de praktijken te blijven verbeteren. De normen van de FSC zijn door een ruim bereik van stakeholders ontwikkeld en geëvalueerd. De uitbreiding van de FSC-certificering naar meer Russische bossen zou een beduidende stap voorwaarts zijn en wij blijven ervoor ijveren.

De bosbouwnorm van IWAY

De bosbouwnorm van IWAY, een onderdeel van de gedragscode voor leveranciers van IKEA, bepaalt minimale criteria voor alle hout en plaatmateriaal dat aan IKEA wordt geleverd:

- Niets uit bossen die illegaal gekapt zijn
- Niets uit bosbouwbedrijven die verwickeld zijn in aan bossen gerelateerde maatschappelijke conflicten
- Niets uit geografisch geïdentificeerde ongeschonden natuurlijke bossen (Intact Natural Forests, INF) of uit bossen met hoge conserveringswaarde (High Conservation Value Forests), tenzij de bossen als verantwoord beheerd gecertificeerd zijn.
- Niets uit natuurlijke bossen in tropische en subtropische streken die omgebouwd zijn tot plantages of voor een ander gebruik dan als bos
- Niets uit officieel erkende en geografisch geïdentificeerde commerciële genetisch gemodificeerde boomplantages.

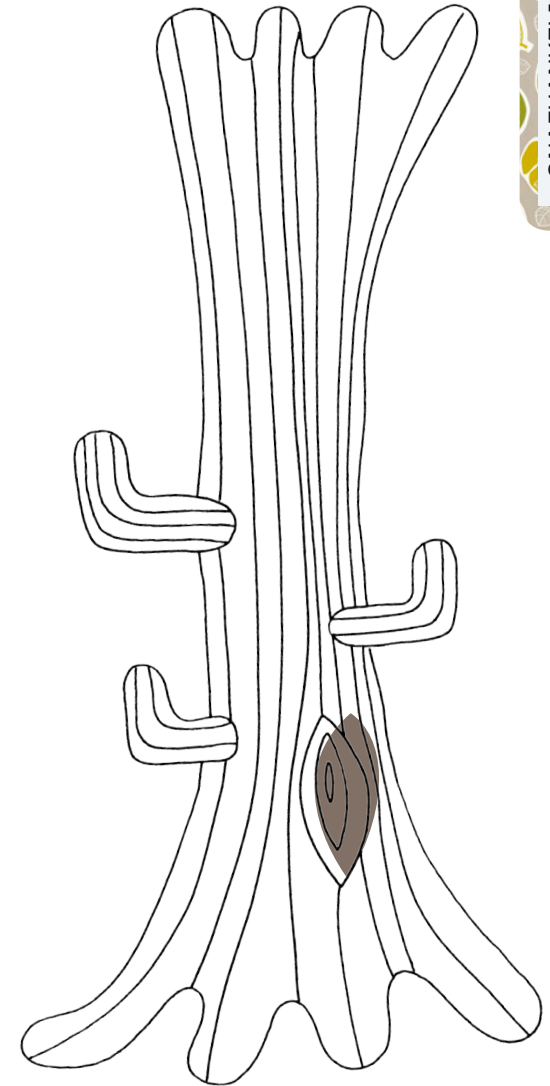
De leveranciers moeten procedures gebruiken om deze normen in hun volledige toeleveringsketens te implementeren. Ze moeten de herkomst van hun hout kunnen traceren en rapporteren.

De normen van de Forest Stewardship Council

De normen van de FSC variëren van land tot land, afhankelijk van het soort bos, de plaatselijke omstandigheden en de belangen van de stakeholders. Ze worden echter gestuurd door een reeks gezamenlijke principes en criteria die door de leden van de FSC worden bepaald. Ze streven onder meer naar:

- De bescherming van de biodiversiteit
- De verzekering van nieuwe aangroei van het bos
- De bescherming van de rechten en behoeften van de mensen die in het bos werken en leven
- Het stimuleren van de economische ontwikkeling.

Zie www.fsc.org



Katoen

Ongeveer 0,8% van al het katoen dat wereldwijd wordt verbouwd, eindigt in producten van IKEA. Dit zachte, ademende en hernieuwbare materiaal is een cruciale grondstof voor ons interieurassortiment, van de BIRGIT lakens tot de KAJSA gordijnen. Als grote aankoper van katoen – in FY12 hebben wij 150.000 ton katoen verbruikt – willen wij de maatschappelijke en milieunormen in de toeleveringsketen verbeteren.

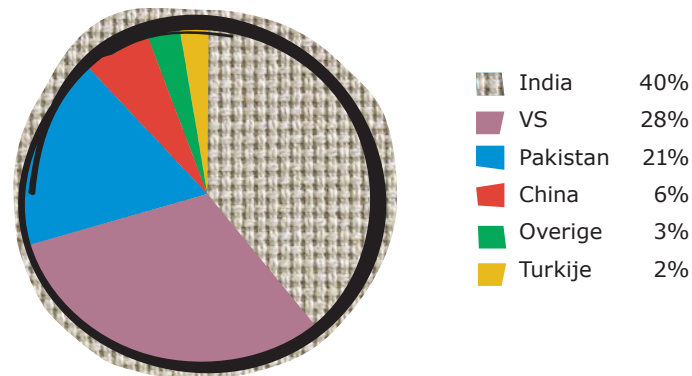
Samen met WWF en het Better Cotton Initiative willen wij helpen om het conventionele katoen te transformeren. We willen het duurzamer maken en betaalbaar houden.

De verbouwing en de verwerking van katoen moeten zorgvuldig worden beheerd om milieuschade door chemische pesticiden en een intensief watergebruik te voorkomen.

Het meeste katoen wordt op kleine landbouwbedrijven verbouwd, in ontwikkelingslanden waar de oogst met de hand wordt geplukt. De sector staat bekend om zijn vele maatschappelijke uitdagingen, zoals lage inkomens, kinderarbeid, dwangarbeid en gezondheidsrisico's van chemische meststoffen en pesticiden. IKEA werkt samen met landbouwers om de normen te verhogen. Kinderarbeid is in de hele toeleveringsketen streng verboden. De IKEA Foundation steunt bovendien projecten in katoengebieden om de oorzaken van kinderarbeid aan te pakken ([pagina 85](#)).

Wij willen dat in FY15 al het gebruikte katoen volgens de voorschriften van het Better Cotton Initiative worden geproduceerd. Wij zijn bovendien de hoeveelheid katoen die we gebruiken aan het verminderen, door de efficiëntie te verbeteren, katoen met ander textiel te combineren of het te vervangen door alternatieve materialen, zoals viscose (zie Duurzamere materialen, [pagina 42](#)).

Landen waar wij katoen aankopen (% van het aangekochte katoen)



Onze verantwoorde bronnen voor katoen

- Katoen van landbouwers met Better Cotton-certificering. De certificering gebeurt door het Better Cotton Initiative (BCI), een onafhankelijke organisatie die maatschappelijke en milieucriteria voor een duurzamere katoenproductie bepaalt. De toepassing van de principes van het BCI kan het gebruik van chemische pesticiden, meststoffen en water drastisch verminderen. Wij zijn een stichtend lid van het BCI. Lees meer op www.bettercotton.org
- Landbouwers die de BCI-normen nastreven. Dit katoen wordt grotendeels geleverd door landbouwers die deelnemen aan door IKEA gesteunde projecten van WWF en andere ngo's in landen als China, India, Turkije en Pakistan.
- Landbouwers in de VS en Australië die andere duurzaamheidsnormen toepassen.

Vooruitgang in FY12

In FY12 kochten wij bijna 51.000 ton katoen bij verantwoorde bronnen. Wij kochten ongeveer 15 keer meer Better Cotton dan in FY11.

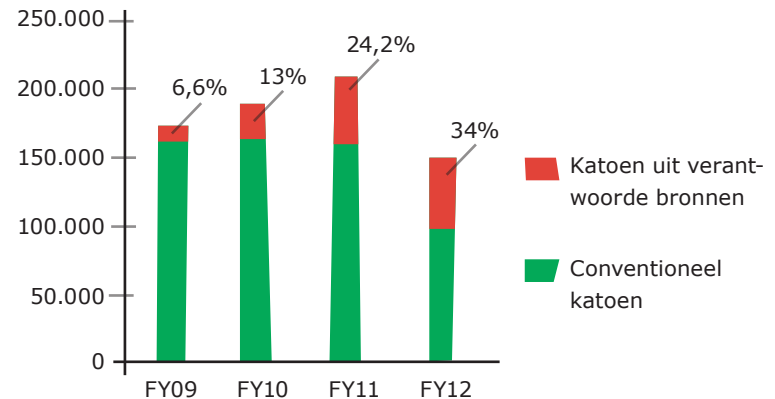
Het algemene volume katoen daalde, omdat de leveranciers 30% minder katoen kochten. Dit had te maken met lagere productbestellingen en een voldoende voorraad katoen van het jaar voordien. Het aandeel katoen uit verantwoorde bronnen in onze producten steeg van 24% in FY11 naar 34% in FY12. Dit omvat Better Cotton, katoen van landbouwers die de BCI-norm nastreven en katoen dat aan andere duurzaamheidsnormen voldoet.



Better Cotton werd voor het eerst in vrijwel alle categorieën interieurproducten van IKEA gebruikt, met inbegrip van lampenkappen, matrassen, vloerkleden, textiel en stoelen.

Wij vinden het belangrijk dat Better Cotton een standaardmateriaal wordt in plaats van een marginaal of een hoger geprijsd product. In FY12 kochten de leveranciers van IKEA wereldwijd 11.000 ton Better Cotton, waarbij belangrijke hoeveelheden op de markt bleven om een grotere aanvaarding door andere afnemers te bevorderen.

In de producten van IKEA gebruikt katoen (ton)



Wij hebben in FY12 19 miljoen euro geïnvesteerd in duurzame katoenprojecten die meer dan 100.000 landbouwers bereikten. Wij hebben ook een project opgestart om katoen efficiënter te gebruiken, door de manier waarop we stoffen maken te standaardiseren. Dit zou 10-15% katoen kunnen sparen om dezelfde hoeveelheid stof te maken.

Een verschil maken voor de katoenboeren

Het rivierbekken van de Godavari, in het centrum van India, was ooit een groene streek maar kent nu regelmatig perioden van droogte, als gevolg van de klimaatverandering en decennia van slecht waterbeheer. Boeren als Swarupchand Maher kunnen met moeite genoeg verdienen om hun gezin in leven te houden.

Swarupchand verbouwt op zijn 11,3 hectare land katoen en groente voor de verkoop. In het verleden verdiende hij nauwelijks genoeg om zijn gezin van elf mensen uit vijf generaties te onderhouden. Sinds hij betrokken is bij een project van IKEA en WWF om duurzamere landbouwpraktijken in zijn dorp te bevorderen, is zijn levenskwaliteit en die van zijn gezin verbeterd.

Swarupchand gebruikt nu op 5,6 hectare katoen druppelirrigatie, zodat hij water bespaart en andere gewassen tussen de katoenstruiken kan planten. Hij gebruikt ook meer organische mest om de bodemkwaliteit te verbeteren, en minder pesticiden. Die veranderingen hebben zijn inkomen verbeterd. Ze hebben hem geholpen om een tractor te kopen, een auto en een gasfornuis. Andere boeren in het dorp volgen zijn voorbeeld en leren van zijn nieuwe landbouwtechnieken.



Palmolie

Wij gebruiken palmolie in onze kaarsen, bepaalde voedingsproducten en voor de verwerking van het rotan van sommige meubels. Palmplantages worden vaak geassocieerd met ontbossing en het verlies van biodiversiteit in tropische streken.

Onze benadering van palmolie omvat:

- De beperking van het gebruik van palmolie door alternatieven te vinden
- De steun aan de productie van duurzamere palmolie, door de aankoop van GreenPalm-certificaten voor alle palmolie die wij gebruiken
- De samenwerking met ngo's, bedrijven en multilaterale organisaties om de problematiek van de productie van palmolie aan te pakken en verbeteringen aan te moedigen.

Wij willen dat alle momenteel gebruikte palmolie in FY12 ofwel uit geverifieerde duurzame bronnen komt, ofwel wordt vervangen door duurzamere grondstoffen.

De Roundtable on Sustainable Palm Oil (RSPO), een non-profitorganisatie, bepaalt normen voor de productie van duurzame palmolie. Wij zijn een actief lid van de RSPO en steunen het werk van de organisatie om de beschikbaarheid van duurzame palmolie te vergroten.

We nemen onder meer deel aan de werkgroep Trade en Traceability (handel en traceerbaarheid) van de RSPO.

Het door de RSPO erkende GreenPalm-programma is bedoeld om de productie van duurzame palmolie te steunen. Het verkoopt GreenPalm-certificaten aan gebruikers van de olie. Wij hebben in FY12 40.000 GreenPalm-certificaten gekocht om elk ton palmolie te dekken dat we in onze producten hebben gebruikt. De gebruikte hoeveelheid palmolie in FY12 was gelijk aan die van FY11, maar we hebben 20.000 certificaten minder gekocht omdat we in FY11 de vereiste hoeveelheid certificaten hadden overschat. Vanwege de complexiteit van de toeleveringsketen van palmolie is de meest duurzame geproduceerde olie gemengd met conventionele palmolie. Wij willen dat tegen 2020 al onze palmolie uit gescheiden bronnen komt.

Daarnaast ondersteunen wij samen met Johnson & Johnson, Kraft Foods en de Indonesische regering een project van het United Nations Development Programme (UNDP) voor duurzame palmolie in Indonesië. Dit project, dat nu in zijn tweede jaar is, wil de productie van duurzame palmolie door kleinschalige producenten aanmoedigen en hun inkomsten verbeteren.

Wij hebben een score van 8 op 9 gekregen op de WWF Palm Oil Buyers Scorecard 2011, die de prestaties van de kleinhandel en de fabrikanten van consumentengoederen evalueert.

Leer

Leer en schapenvachten wordt in allerlei woonproducten gebruikt, van KIVIK zitbanken tot LUDDE vloerkleden. Brazilië levert ongeveer de helft van de zes miljoen vierkante meter leer en schapenvachten die wij jaarlijks gebruiken.

In sommige landen gaan veeteelt en leerverwerking soms samen met ontbossing, de verdrijving van inheemse bevolkingsgroepen en dwangarbeid of kinderarbeid. De toeleveringsketen van leer is ingewikkeld. Er komen veeboeren, slachthuizen, looierijen en afwerkingbedrijven bij kijken. Wij bepalen minimale maatschappelijke en milieunormen en standaarden voor het dierenwelzijn voor onze rechtstreekse leveranciers. We eisen onder meer dat het leer niet afkomstig is van leveranciers die betrokken zijn bij de ontbossing van Amazonië.

Wij streven naar een bewakingsketen voor het leer dat we in onze producten gebruiken. De slachthuizen die deel uitmaken van de toeleveringsketen ondertekenen een verklaring waarin zij beloven dat zij op verzoek van IKEA de namen zullen verstrekken van de veeboeren bij wie zij hun leer aankopen. Als volgende stap werken we met de leveranciers en de onderleveranciers, om door middel van audits de bewakingsketen te verifiëren. Dat is een uitdaging, want de toeleveringsketen telt veel onderleveranciers en kleinschalige veetelers.

Wij blijven met externe organisaties samenwerken om minimale maatschappelijk en milieucriteria voor de leerproductie te ontwikkelen die op alle niveaus van de toeleveringsketen van toepassing zullen zijn, vanaf de boerderij.



Voedsel

Elk jaar bedienen wij en verkopen wij voedsel aan 261 miljoen klanten in de restaurants van onze woonwinkels en in de Zweedse shop.

Onze benadering omvat:

- Het gebruik van duurzame ingrediënten, met onder meer de aankoop van ingrediënten die volgens erkende normen gecertificeerd zijn, en de toepassing van normen voor dierenwelzijn
- De beperking van de CO₂-afdruk van onze voedselactiviteiten
- De strijd tegen de verspilling van voedsel ([pagina 55](#))
- De samenwerking met voedselleveranciers om onze IWAY norm te implementeren ([pagina 81](#)).

Koffie en thee

Alle koffie die bij IKEA wordt verkocht en geserveerd is sinds 2008 UTZ Certified. UTZ is een onafhankelijke organisatie die duurzaam verbouwde koffie, thee en chocolade certificeert. UTZ Certified is een van de toonaangevende duurzaamheidsnormen voor deze producten.

Een op vier van onze chocoladerepen is UTZ Certified. Wij willen dat in FY15 100% van onze chocolade en thee UTZ Certified zijn. De gecertificeerde producten dragen een code waarmee de klanten de herkomst van het product kunnen traceren tot op de plantage waar het verbouwd is.

Zalm

Zalm is voor IKEA een belangrijk product. In FY12 bleven wij meewerken aan de WWF Salmon Aquaculture Dialogue, die de ontwikkeling van duurzaamheidsnor-

men voor de zalmkweek ondersteunt. De [Aquaculture Stewardship Council](#) (ASC) heeft nu de definitieve norm gepubliceerd. Wij willen dat tegen 2015 al onze zalmproducten uit bronnen met het ASC-keurmerk komen. Wij zijn onze leveranciers momenteel aan de nieuwe normen aan het toetsen.

Dierenwelzijn

Wij werken al vele jaren met Compassion in World Farming (CIWF), een onafhankelijke ngo, aan de verbetering van de normen voor dierenwelzijn. In FY12 hebben wij met CIWF samengewerkt om welzijnsnormen voor varkens en legkippen te ontwikkelen. In FY12 hebben wij ook met Global Animal Partnership, een non-profitorganisatie, samengewerkt om voor de VS ontwikkelde normen aan te passen voor wereldwijd gebruik. Dit proces duurt echter langer dan wij hadden verwacht en is momenteel geen leefbaar alternatief voor de implementatie van onze eigen welzijnsnormen.

Wij hebben in FY12 ons nieuwe beleid voor dierenwelzijn goedgekeurd. Het definieert onze verbintenis voor een menselijke, eerbiedige behandeling van de dieren die in onze voedings- en andere producten worden gebruikt. Wij integreren het beleid in onze aankoopeisen. De bevoorradings met dierlijke producten die aan dit beleid voldoen is voorlopig een uitdaging. Wij zullen in deze domeinen met onze leveranciers en andere stakeholders blijven samenwerken om de normen te verbeteren, zodat alle dierlijke producten die wij kopen aan de eisen van het beleid zullen voldoen.

Het mondiale beleid voor dierenwelzijn omvat de volgende eisen:

Kweek

Om te verzekeren dat de dieren in een goede omgeving leven en de vrijheid hebben om zich normaal te gedragen:

- Moeten ze voldoende ruimte en onderdak krijgen om onnodige stress, letsels of ongemak te voorkomen
- Moeten ze voldoende voedsel en schoon water krijgen om gezond en sterk te blijven
- Moeten ze snel kunnen worden onderzocht en behandeld om onnodig lijden, letsels of ziekte te vermijden
- Moeten ze met eerbied en op een menselijke manier worden behandeld. Procedures zoals levend plukken of gedwongen voeren zijn bijvoorbeeld onaanvaardbaar.

Transport en slacht

Het transport en de slacht moeten zo gebeuren dat de dieren zo weinig mogelijk stress en lijden ervaren.

Biologisch

Wij zorgen in onze restaurant altijd voor een biologische menukeuze. Wij hebben 17 biologische producten in het assortiment van onze Zweedse shop (in totaal 120 producten). Twee bioproducten werden in FY12 geïntroduceerd: GRUKA INLAGD EKOLOGISK (biologische ingelegde augurken) en GODIS FRUKT EKOLOGISK (biologische vruchtensnoepjes).

Onze koolstofvoetafdruk verkleinen

Wij weten dat de productie en de aankoop van sommige ingrediënten koolstofintensiever zijn dan die van andere. Vleesproducten hebben bijvoorbeeld een grote CO₂-voetafdruk. Om daar iets aan te doen en om de keuze voor de klanten in onze restaurants te verbeteren, onderzoeken wij voor sommige populaire gerechten alternatieven met een lagere CO₂-voetafdruk. Kippengehaktballetjes hebben bijvoorbeeld een lagere CO₂-voetafdruk dan onze traditionele balletjes van varkensgehakt; we hebben ze in twee woonwinkels getest.

Wij schatten dat de CO₂-voetafdruk van al het voedsel dat wij in FY12 hebben verkocht en geserveerd 520.000 ton CO₂ bedroeg. Wij ontwikkelen onze methodologie, om in de toekomst nauwkeuriger te kunnen rapporteren. Wij hopen de resultaten te gebruiken om onze productontwikkelingsteams bewust te maken van het probleem en te inspireren om in de ontwikkeling van het assortiment rekening te houden met de CO₂-voetafdruk van de verschillende voedselopties.

Wij hebben ook samen met WWF en de Sheffield Hallam University in het Verenigd Koninkrijk onderzoek gedaan naar de trends op lange termijn in de voedselketen en hun implicaties voor onze activiteiten. Dit heeft ons geleerd dat gezondheids- en milieuoverwegingen rond voedsel nauw met elkaar verbonden zijn en dat wij ze in ons voedselstrategie samen moeten beschouwen.

Duurzamere producten

FY12 in een oogopslag:

- Wij hebben 73% van onze producten aan onze Duurzaamheidscorekaart getoetst. 35% van de producten werd als "duurzamer" geclassificeerd.
- 91% van de gebruikte materialen is hernieuwbaar, recyclebaar of gerecycled.
- Wij hebben samen met WWF onderzocht hoe IKEA kan bijdragen tot een kringloopmaatschappij

People & Planet Positive – nieuwe doelstellingen

- In FY15 zullen alle woninginrichtingmaterialen vervaardigd worden van hernieuwbare, recycleerbare of kringloopmaterialen.
- In FY15 zal 90% van de totale omzet afkomstig zijn van als duurzamer geclassificeerde interieurproducten

Wij zijn altijd zuinig omgegaan met hulpbronnen, om afval te beperken en onze prijzen laag te houden en daardoor meer klanten te bereiken. Onze productontwikkelaars en designers ontwikkelen veel producten rechtstreeks op de fabrieksvloer. Zo zien we meteen wat de technische mogelijkheden zijn om producten te maken met een minimum aan middelen.

Nu willen we nog verder gaan. We vinden in heel ons assortiment manieren om het productontwerp en de ontwikkeling nog duurzamer te maken, zonder compromissen op het vlak van veiligheid, kwaliteit, stijl, functionaliteit, levensduur of prijs. Wij onderzoeken hoe we afval in nieuwe grondstoffen kunnen omzetten en hoe we meer gerecyclede materialen in onze producten kunnen gebruiken.

Deze veranderingen zijn beter voor het milieu en voor ons bedrijf, zeker in deze tijd van stijgende kosten en toenemende grondstoffenschaarste. Dankzij onze omvang en onze invloed bij de leveranciers en de klanten, kunnen de veranderingen die wij doorvoeren een sterke impact hebben.

Onze benadering omvat:

- Het ontwerpen van tools die de productontwikkelaars, de technici en de ontwikkelaars bij de leveranciers inspireren om rekening te houden met de duurzaamheid
- De keuze van duurzamere materialen, met inbegrip van hernieuwbare, recyclebare en gerecycleerde materialen
- Een efficiënter gebruik van materialen en het verkennen van manieren om mee te werken aan een maatschappij die alle materialen hergebruikt of recyclet
- Het testen van de veiligheid, de kwaliteit en de degelijkheid van onze producten

Duurzaamheid opnemen in de productontwikkeling

Wij beschikken over een aantal tools en management-processen die ons in staat stellen om de duurzaamheid van de producten te verbeteren:



Duurzaamheidscorekaart

Wij hebben nu 73% van de producten (in verkoopwaarde) aan onze Duurzaamheidscorekaart getoetst, vergeleken met 7% in FY11.

Producten kunnen een score van maximaal 400 punten behalen voor 11 criteria. Maar omdat de functionaliteit van het product een invloed heeft op de criteria waar het punten voor kan krijgen, is het ongewoon dat een product voor alle 11 criteria een hoge score behaalt. Momenteel worden producten met een score van meer dan 120 op 400 als "duurzamer" beschouwd. De hoogste score tot op heden is 253, de gemiddelde score voor het geheel van het assortiment is 89. Vijfendertig procent van de verkoopwaarde van de geëvalueerde producten is afkomstig van als duurzamer geïdentificeerde producten. Wij willen in FY15 90% bereiken. Als een product in de toekomst niet meer dan 120 punten behaalt, zullen wij een actieplan starten om binnen het jaar zijn score te verbeteren. Eventuele uitzonderingen zullen door een Senior Manager moeten worden goedgekeurd.

In FY12 hebben wij ongeveer 200 productontwikkelaars, ontwikkelaars in de toeleveringsketen en technici opgeleid in het gebruik van de scorekaart. Wij blijven haar effectiviteit evalueren en feedback zoeken bij de medewerkers die ze gebruiken. Wij onderzoeken hoe we de scorekaart gebruiksvriendelijker kunnen maken en ze beter op een consistente manier in de productontwikkeling kunnen integreren. Lees over [IWAY](#), onze gedragscode voor leveranciers.

**De criteria van onze
Duurzaamheidscorekaart**

- Meer met minder (minder materiaal gebruiken in het product)
- Hernieuwbaar materiaal
- Gerecycled materiaal
- Milieuvriendelijker materiaal (minder milieu-impact dan standaard-materialen)
- Recyclebaar
- Productkwaliteit
- Transportefficiëntie (aantal producten per container)
- Energie-efficiënte productie
- Gebruik van hernieuwbare energie in de productie
- Grondstoffen (hoe efficiënt de leverancier grondstoffen gebruikt)
- Productgebruik (minder verbruik van energie en water, minder verspilling bij de klant thuis)

**Onze Duurzaamheidscorekaart
in de praktijk**

Met een score van 253 is het MÅLA tekenbord de kampioen van onze Duurzaamheidscorekaart.

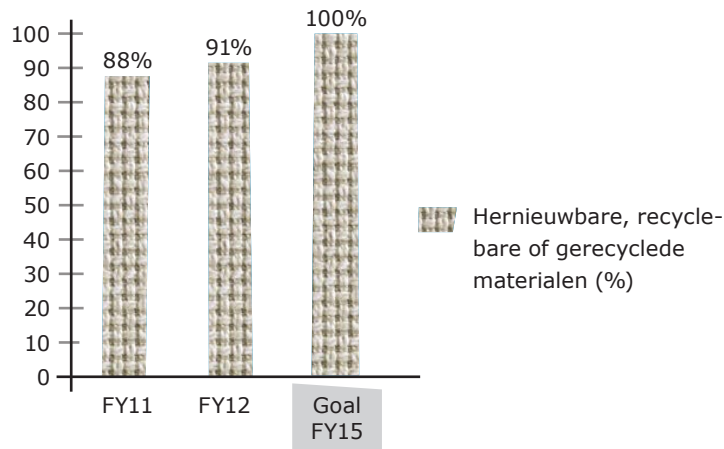


“De hoge score is te danken aan een nieuwe constructie die minder materiaal vereist, het gebruik van hernieuwbaar materiaal uit duurzaam beheerde bossen, en de recyclebaarheid”, vertelt Sharon Wilts Jansen, Project Leader. De leverancier van MÅLA gebruikt bovendien energie uit hernieuwbare bronnen, en het product in zijn geheel scoort hoog voor onze kwaliteitscriteria.”

Duurzamere materialen

Wij willen dat in FY15 alle hoofdmaterialen van onze interieurproducten hernieuwbaar, recyclebaar of gerecycled zijn. "Hoofdmaterialen" zijn alle materialen behalve additieven, lak of andere bijkomende stoffen voor de afwerking, het verlijmen of de oppervlaktebehandeling van het product.

Hernieuwbare, recyclebare of gerecyclede materialen (%)



De infrastructuur voor recycling verschilt sterk van land tot land. Wij definiëren een materiaal als recyclebaar als je het op ten minste één markt van IKEA op industriële schaal kan recyclen.

In FY12 hebben wij alle gebruikte materialen in kaart gebracht en drie belangrijke materialen geïdentificeerd die momenteel niet hernieuwbaar, recyclebaar of gerecy-

clied zijn. Het zijn polyurethaan (vooral gebruikt in onze matrassen en zitbanken), silicone (gebruikt in producten voor de bewaring van voedsel) en melamine (gebruikt in kunststof bestek en producten voor de bewaring van voedsel). Wij onderzoeken manieren om hun gebruik te beperken, ze door alternatieven te vervangen of hun recyclebaarheid te verbeteren. Polyurethaan is onze prioriteit, omdat wij er grote hoeveelheden van gebruiken.

Wij willen dat tegen het einde van FY17 50% van alle niet-hernieuwbare materialen (kunststoffen inbegrepen) die in onze producten worden gebruikt uit gerecyclede bronnen komt. Voor de kunststoffen zal dat een beduidende stijging betekenen, want in FY12 was minder dan 10% van de kunststoffen die wij gebruiken gerecycled. Wij zullen hard moeten werken om ervoor te zorgen dat de gerecyclede kunststoffen aan onze hoge kwaliteitsnormen voldoen. Wij boeken vooruitgang en hebben in FY12 gerecyclede kunststoffen in een aantal nieuwe en bestaande producten geïntroduceerd. Dit zijn geen nicheproducten maar producten die overal ter wereld aan klanten van IKEA worden verkocht.



De **GOSA SYREN** hoofdkussens gebruiken een zachte, donsachtige vulling van microvezel uit gerecyclede pet-flessen.



SKARPÖ – Deze nieuwe stoel is gemaakt van 100% gerecyclede kunststof.

Wij gebruiken materialen die de duurzaamheid in de hand werken, onder meer door ons verbruik van katoen of hout te verminderen. Enkele voorbeelden: hennep, lyocell en viscose als alternatieven voor katoen, nieuwe kunststoffen, bamboe als alternatief voor andere houtsoorten.



De **IKEA PS** eettafel gebruikt bamboe, een snel groeiende, hernieuwbare grondstof die sterker is dan andere houtsoorten.



De **MYSA** dekbedden bevatten 50% lyocell, dat van houtcellulose wordt gemaakt. Lyocell is comfortabel, ademt en vervangt katoen.



SOARE is een placemat van waterhyacint, een hernieuwbaar materiaal dat in het wild wordt geoogst. De waterhyacint is een onkruid dat overvloedig groeit en rivieren en waterlopen kan versperren. Door waterhyacint te verwijderen, kunnen goederen makkelijker over het water in plaats van over de weg worden vervoerd. Elk van deze placemats is uniek, want ze worden met de hand gemaakt.

Een nieuwe benadering van polyurethaan

Wij gebruiken elk jaar ongeveer 80.000 ton polyurethaan in matrassen, zitbanken, kussens en stoelen. Het is goedkoop, comfortabel, makkelijk op te rollen en in te pakken, en gaat lang mee. Maar tot nu toe is het polyurethaan dat wij gebruiken niet hernieuwbaar, recyclebaar of gerecycled. Wij doen onderzoek naar alternatieve comfortmaterialen die het polyurethaan kunnen vervangen of de hoeveelheid die wij gebruiken kunnen verminderen. We verkennen ook het gebruik van hernieuwbare grondstoffen voor de productie van polyurethaan, en recyclingprocessen voor polyurethaan.

Slim, duurzaam en goedkoop

TEXTUR, onze populaire lamp, nog goedkoper en duurzamer maken. Dat was de uitdaging die IKEA technicus Harish Jakhar meekreeg. En de manier waarop hij ze aanpakte was typisch voor IKEA: hij ging op zoek naar eenvoud, duurzaamheid en een lage prijs.

Eerst vereenvoudigde hij de montage van de lamp door 24 van de 33 componenten te elimineren. Dat maakte de lamp bijna de helft lichter. Daarna verminderde hij het gewicht van de verpakking met 28%. Omdat ook het volume kleiner werd, konden er nu 128 lampen op een pallet (vroeger waren dat er maar 80). Ten slotte verving hij de stoffering en gebruikte hij katoen met viscose (dat van hout wordt gemaakt).

De nieuwe lamp, VIDJA, kwam in FY12 op de markt met een besparing van 34% op de oorspronkelijke lage prijs. Wij vinden het geweldig dat de duurzaamste ideeën vaak ook de eenvoudigste zijn. Stel je voor hoeveel meer nóg zouden kunnen besparen.



Levensduur

Wij willen dat onze producten functioneel en goed gemaakt zijn en dat mensen er lang van kunnen genieten. Dat is beter voor het milieu en voor onze klanten. Maar we weten dat we nog meer kunnen doen om onze producten de levensduur te geven die ze verdienen. Bijna alle producten van IKEA worden op hun lange levensduur getest voor wij ze verkopen. En wanneer ze deel uitmaken van het assortiment, blijven we ze regelmatig testen. We gebruiken mechanische tests voor producten zoals zitbanken en stoelen, en slijtage- en kleurechtheidstests voor textiel. We beoordelen de kwaliteit ook met de Duurzaamheidscorekaart, door te kijken hoeveel producten door klanten worden teruggebracht.

De kwaliteit van de producten in ons assortiment – en de verwachtingen van de klanten – worden weerspiegeld door onze garanties op een aantal artikelen, met garanties van 10, 15 en 25 jaar op bepaalde producten (bijvoorbeeld sommige matrassen, kranen, messen en pannen).

Meer met minder

Wij gebruiken materialen efficiënt en proberen altijd meer te doen met minder. We werken ook met de leveranciers om de efficiëntie van de productie te verbeteren. De beperking van het volume van de gebruikte materialen kan het transport van de producten efficiënter maken en de uitstoot verminderen. Enkele recente voorbeelden:

- De lamp **VIDJA** (zie Slim, duurzaam en goedkoop, pagina 43).

- De mand **KOTTEBO**, gemaakt van bladeren van de kokospalm. Wij hebben het productontwerp aangepast en de manier waarop het materiaal in de productie wordt versneden veranderd. Dat heeft de hoeveelheid afval met de helft verminderd en ons in staat gesteld de verkoopprijs met 3% te verlagen.

- **COLIGHT** – Een nieuw soort lichtgewicht vezelplaat van Swedspan, een bedrijf van de IKEA Industry Group dat voornamelijk voor IKEA plaatmateriaal vervaardigt. COLIGHT is 30% minder dicht dan standaard vezelplaat. Dat betekent dat er minder hout en hars voor nodig is en dat het product lichter is in het vervoer, zodat de trucks 30% efficiënter kunnen worden geladen.

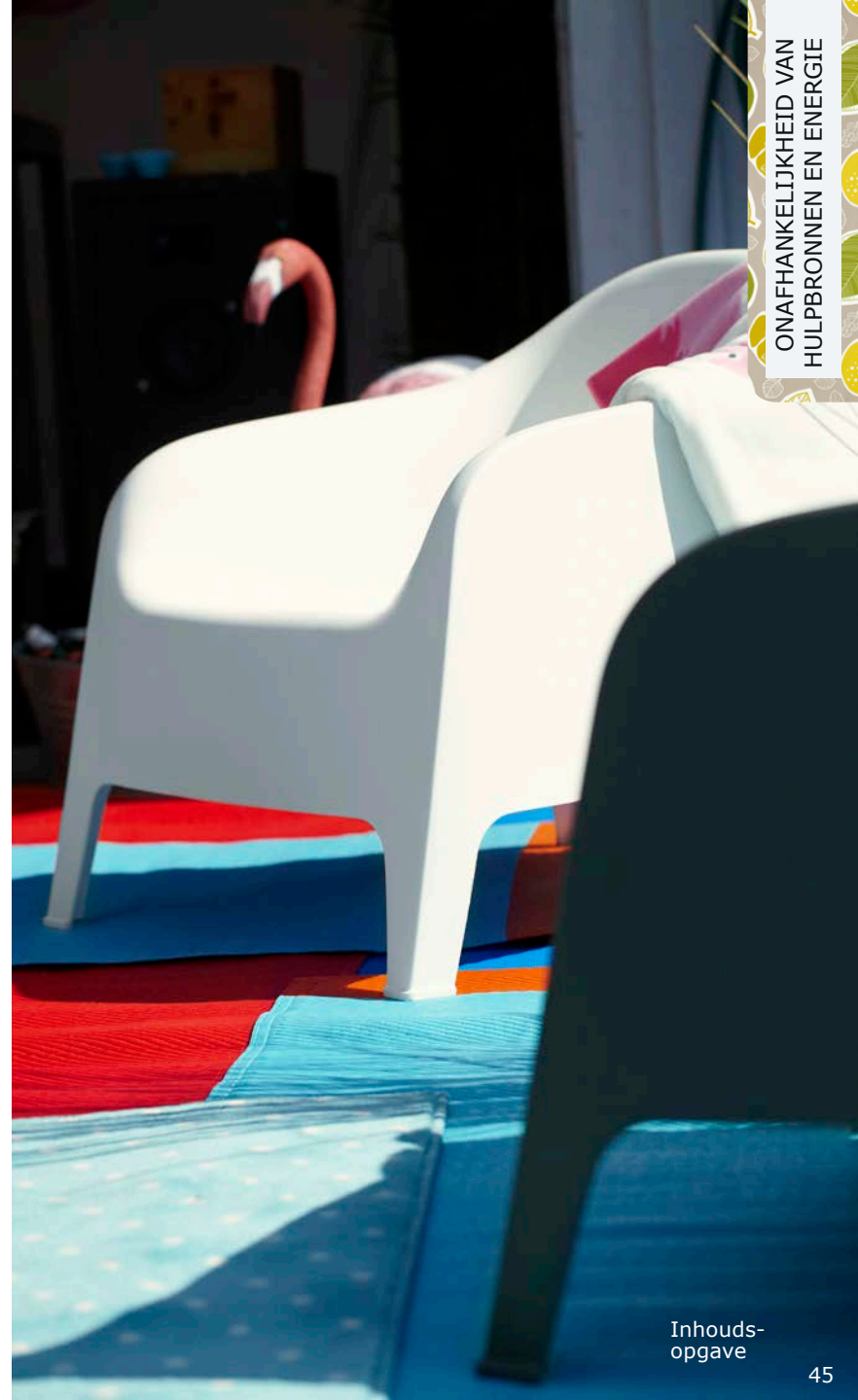
Een van COLIGHT gemaakte **BILLY** boekenkast weegt amper 15 kg, 30% minder dan dezelfde kast van standaard vezelplaat, zonder kwaliteitsverlies. COLIGHT gebruikt bovendien een speciale lijm met minder uitstoot van formaldehyde.



De kringloop sluiten

Hoe kunnen we de overstap naar een kringloopmaatschappij beginnen? Closing the Loop, ons project met WWF dat in FY12 werd afgerond, heeft geholpen om een antwoord te geven op die vraag. In het project hebben we een aantal gerecyclede materialen getest om ze in onze producten te gebruiken. En nu hebben we verscheidene producten met gerecyclede inhoud (bijvoorbeeld SKARPÖ, zie rechts). In het kader van het project hebben we ook in enkele woonwinkelhuisen inzamelpunten geopend en de klanten kleine incentives aangeboden om oude en ongewenste producten voor recycling in te leveren. De inzamelpunten bleken nuttig te zijn om de klanten bewust te maken van de duurzaamheidsproblematiek. We hebben ook onderzocht of het afval van onze eigen verpakkingsplastic een nuttige bron van gerecycled plastic voor onze producten zou kunnen zijn. De eerste resultaten waren positief en wij blijven deze mogelijkheid verkennen. Het project heeft ook aangetoond dat:

- Wij rekening moeten houden met maatschappelijke en economische factoren als we recycling maximaal willen benutten.
- Recycling vaak de betere keuze is, maar dat dit afhangt van de plaats en de manier waarop het materiaal wordt gerecycled. In sommige landen kan de recycling van hout er bijvoorbeeld toe leiden dat meer nieuw hout voor verwarming wordt gebruikt.
- De recycling van hernieuwbare hulpbronnen zoals hout en textiel kan even belangrijk zijn als de recycling van niet-hernieuwbare materialen.
- We moeten de gangbare ideeën over recycling ter discussie stellen, want er verschijnen voortdurend nieuwe technologieën en kansen.



Productveiligheid

Wij hanteren een streng proces om tijdens de ontwikkeling en de productie de veiligheid van al onze producten te testen en te volgen, en we krijgen feedback wanneer ze op de markt komen. De tests zijn gebaseerd op de Europese en internationale veiligheidsnormen. Ze beoordelen hoe de klanten de producten zouden kunnen monteren en gebruiken. Al onze producten voor kinderen ondergaan bijkomende evaluaties en tests.

Alle medewerkers zijn verplicht om via onze veiligheidsprocedures alle veiligheidsincidenten of problemen te melden. Een centraal team volgt en onderzoekt alle rapporten en kan indien nodig de verkoop van een product onmiddellijk stopzetten. Wij leggen de meldingsdrempel zo laag dat we geen potentiële risico's over het hoofd zien. Wij leiden de medewerkers in onze woonwarenhuizen op in ons alarmsysteem voor de veiligheid. Onze Product Safety and Compliance School combineert sessies in het leslokaal met e-learning, om mensen uit verschillende functies binnen IKEA op te leiden in de preventie, de identificatie en het onderzoek van veiligheidsproblemen.

Wanneer we beslissen dat we een product om veiligheidsredenen moeten terugroepen, wordt de terugroeping zo ruim mogelijk gepubliceerd in onze woonwarenhuizen, op onze websites, in de lokale pers, via onze interne nieuwsbrief, op de sociale mediasites en op ons IKEA FAMILY netwerk. Wij werken nauw samen met onze leveranciers om de redenen voor de terugroeping te onderzoeken en te voorkomen dat een vergelijkbare situatie zich herhaalt. Alle lessen die we uit een veiligheidsalarm of uit de terugroeping van een product leren, worden opgenomen in ons risico-evaluatieproces en gebruikt om het relevante beleid aan te passen.

Ons assortiment telt 9.500 producten. In FY12 werden de volgende producten teruggeroepen:

- ELGA FENSTAD en PAX AURLAND schuifdeuren van spiegelglas, omdat sommige spiegels loskwamen en braken
- BUSA kruiptunnel voor kinderen, teruggeroepen na enkele gevallen waarin het staaldraad van het frame brak, zodat scherpe punten door de stof van de tent priemden.
- ANTILOP kinderstoel met veiligheidsriempje, na incidenten waarin de riem onverwacht opende
- DÅTID, NUTID en FRAMTID ovens, die wij terugriepen na meldingen van interne draadrekken die tijdens het gebruik neervielen
- SÄNDA lichtrail, wegens een defect dat een gevaar op een lichte elektrische schok kon inhouden
- SNIGLAR babybedje, dat we terugriepen omdat schroeven te kort waren om de matrasdrager stevig te bevestigen.

Chemische producten

Wij trachten geen chemische producten te gebruiken die schadelijk kunnen zijn voor de mens en het milieu. Wij proberen altijd materialen, oppervlaktebehandelingen en productietechnieken met de laagst mogelijke uitstoot te selecteren. Ons assortiment moet aan de strengste wetten en veiligheidsnormen op al onze markten voldoen. Wij hebben gedetailleerde eisen voor het gebruik van chemische producten in het fabricageproces. Wanneer een land zijn regels strenger maakt, introduceren wij de nieuwe voorschriften in de mate van het mogelijke op alle markten van IKEA.

Duurzamere gebouwen en duurzamer vervoer

FY12 in een oogopslag:

- Wij hebben hernieuwbare energie geproduceerd voor het equivalent van een derde van ons totale energieverbruik
- Wij hebben de energie-efficiëntie van onze woonwinkelhuisen met 3% verbeterd tegenover FY11
- Wij hebben de CO₂-uitstoot van de gebouwen van IKEA met 17% verminderd tegenover FY11
- Wij hebben de CO₂-uitstoot per kubieke meter verzonden producten met 7,3% verlaagd, dus met meer dan ons streefdoel van 4%
- Wij hebben het aantal medewerkersvergaderingen via de telefoon en het web met 40% verhoogd
- Wij hebben in de gebouwen van IKEA 8% meer water gebruikt dan in FY11
- Wij hebben 6% meer afval geproduceerd dan in FY11, maar hebben een hoger percentage afval gerecycled in onze woonwinkelhuisen, onze distributiecentra en bij Swedwood

People & Planet Positive – nieuwe doelstellingen

- Tegen het einde van FY15 zullen wij hernieuwbare energie produceren voor het equivalent van ten minste 70% van ons energieverbruik en tegen het einde van FY20 zullen wij op groepsniveau evenveel hernieuwbare energie produceren als we verbruiken
- Tegen het einde van FY20 zullen onze eigen activiteiten 20% energie-efficiënter zijn dan in FY10
- Tegen het einde van FY15 zullen wij de CO₂-uitstoot van onze eigen activiteiten met 50% verminderd hebben, vergeleken met FY10 (in relatieve termen)
- Tegen het einde van FY16 zullen wij de koolstofuitstoot van ons vervoer met 20% verminderd hebben, vergeleken met FY11
- Wij proberen in de mate van het mogelijke geen afval te storten. Tegen het einde van FY15 zullen wij ten minste 90% van het afval van onze woonwinkelhuisen en onze andere activiteiten sorteren om het te recycleren.

Wij willen milieu-innovatie stimuleren en in onze werking betere manieren tonen om zaken te doen. Daarom werken wij doorlopend aan de verbetering van de energie-efficiëntie van onze gebouwen, gebruiken wij hernieuwbare energie, beperken wij afval en het gebruik van water tot het minimum en beperken wij de uitstoot van ons vervoer.

Het gebruik van hulpbronnen binnen de beperkingen van de planeet is net als de bescherming van het milieu goed voor het bedrijf, want het verlaagt onze kosten.



CO₂-voetafdruk

De uitbating van de gebouwen van IKEA en het woonwerkverkeer van onze medewerkers vormt veruit het kleinste aandeel (2,5%) van onze CO₂-voetafdruk. De meeste uitstoot is het gevolg van de winning van grondstoffen, de fabricage en de distributie, vandaar dat wij nauw samenwerken met onze leveranciers om hen te helpen hun impact te beperken (zie Energie en water in onze toeleveringsketen, [pagina 58](#)).

CO₂-voetafdruk van IKEA – van de grondstof tot het levenseinde van het product

	FY12 - ton CO ₂
Grondstoffen	16.821.000
Productie en distributie	4.433.000
– Leveranciers*	3.088.000
– Goederenvervoer**	1.293.000
– Zakenreizen***	52.000
IKEA	822.000
– Gebouwen****	714.000
– Woon-werkverkeer medewerkers	108.000
Klanten	9.443.000
– Transport naar woonwarentuinen	2.271.000
– Gebruik van producten	7.172.000
Levenseinde producten	1.674.000
Totaal	33.193.000

* Directe leveranciers van interieurproducten, voeding en de IKEA catalogus

** Zonder klantenleveringen

*** Zakenreizen omvat vluchten en huurauto's

**** Gebouwen omvat woonwarentuinen, distributiecentra, fabrieken en kantoren van Swedwood en Swedspan. Met uitzondering van de twee fabrieken van IKEA Components (IKEA C)

CO₂-voetafdruk van IKEA (ton CO₂)

Uitstoot van broeikasgassen	FY12
Scope 1 (eigen energieproductie van IKEA uit gas, biomassa en olietels en dieselgenerators)	116.000
Scope 2 (aangekochte elektriciteit en stadswarmte)	598.000
Totale uitstoot scope 1 + 2	714.000
Scope 3* (productie van grondstoffen, uitstoot van leveranciers, goederentransport, zakenreizen, woonwerkverkeermedewerkers, klantenvervoer, gebruik van producten en levenseinde van producten)	32.479.000
Totale uitstoot scope 1, 2 en 3	33.193.000

* Uitstoot scope 3 geschat op basis van de boekhoud- en rapporteringsnorm van het conceptprotocol voor broeikasgassen voor de volledige toeleveringsketen van het bedrijf

In FY12 daalde onze uitstoot in scope 1 en 2 (uitstoot van de gebouwen van IKEA) met 17%, van 859.616 ton in FY11 naar 724.126 ton. De daling was grotendeels te danken aan de overschakeling van de woonwarentuinen en distributiecentra in Duitsland naar een hernieuwbaar energietarief. Wij beperkten de uitstoot van CO₂ in alle onderdelen van ons bedrijf, ook in de IKEA Industry Group, door meer hernieuwbare energie te kopen en door de energie-efficiëntie te verbeteren.

Wij verbeteren onze methodologie voor de berekening van onze uitstoot in scope 3 en zullen in FY13 een meer nauwkeurige benadering toepassen. De koolstofintensiteit, uitgedrukt als CO₂-uitstoot (scope 1 en 2) per verkochte kubieke meter producten, daalde in FY12 met 22% naar 27 kg CO₂/m³. Dit was te danken aan een vermindering van de CO₂-uitstoot van de gebouwen van IKEA en een toename van de verkoop.

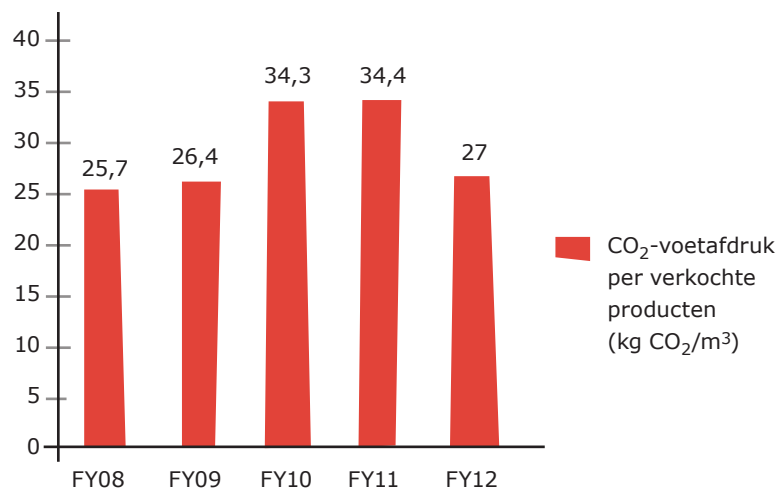
Uitstoot scope 1 en 2 – gebouwen van IKEA (ton CO₂)

	FY08	FY09	FY10	FY11	FY12
Woonwarenhuizen	314.744	326.700	435.344	428.997	353.809
Distributiecentra	41.604	39.963	47.999	45.151	31.451
Swedwood	230.000	239.620	246.277	287.907	245.688
Swedspan*	-	-	83.835	92.770	78.537
Kantoren	5.178	2.950	4.730	4.791	4.641
Total**	586.348	609.233	818.185	859.616	714.126

* FY10 was het eerste werkingsjaar van Swedspan

** Met uitzondering van de twee fabrieken van IKEA Components (IKEA C)

CO₂-voetafdruk per verkochte producten (kg CO₂/m³)



Energie-efficiënte gebouwen

Wij werken aan de verbetering van de energie-efficiëntie door de duurzaamheid op te nemen in het ontwerp van

nieuwe woonwarentuizen en de upgrades van bestaande gebouwen.

Enkele voorbeelden uit FY12:

- Introductie van duurzamere verlichtingsoplossingen, met inbegrip van ledlampen en daglicht (zie pagina 50)
- Verbetering van de ventilatiesystemen, zodat ze alleen werken als het nodig is
- Installatie en verbetering van gebouwisolatie en isolerende beglazing
- Verbetering van de technische vaardigheden en het bewustzijn van de medewerkers die met gebouwen en machines werken
- Aanpak van het energieverbruik bij Swedwood door minder elektriciteit te verbruiken voor de stofextractie in de grootste meubelfabriek en de energie-efficiëntie te verbeteren van de droogovens, de grootste energieverbruikers in de zagerijen van Swedwood
- Installatie van een turbine met warmtekrachtkoppeling in de fabriek van Swedspan waar vezelplaat met hoge dichtheid (HDF) wordt geproduceerd. De stoom wordt gebruikt om elektriciteit op te wekken.

In FY12 bleef de energie-efficiëntie van de woonwarentuizen, distributiecentra en Swedwood verbeteren, met bij Swedwood de grootste verbetering sinds FY05. De energie-efficiëntie van Swedspan is sinds FY10 achteruitgegaan, omdat het een nieuwe fabriek heeft geopend voor de vervaardiging van HDF-plaatmateriaal, een proces dat veel energie verbruikt. Swedspan heeft echter in deze fabriek een turbine met warmtekrachtkoppeling geïnstalleerd die 5,6 Mw elektriciteit produceert uit de opgewekte stoom en die voornamelijk voor de productie van HDF wordt gebruikt.

Energie-efficiëntie

(% daling tegenover de uitgangswaarden van FY05)*

% daling tegenover de uitgangswaarden van FY05

	FY08	FY09	FY10	FY11	FY12	Goal
Woonwarenhuizen	7	5	7	10	13	25
Distributiecentra	21	21	22	33	37	25
Swedwood	28	23	32	36	45	25
Swedspan**	-	-	-	-5	-2	25

* De units van IKEA meten de energie-efficiëntie op verschillende manieren: de woonwarenhuizen meten de kWh/m³ verkochte goederen, de distributiecentra meten de kWh/m³ goederenstroom, Swedwood meet de kWh/m³ geproduceerde goederen; Swedspan meet de kWh elektriciteit/m geproduceerde vezelplaat.

** Vergeleken met FY10, het eerste werkingsjaar van Swedspan

Minder energie voor de verlichting gebruiken

Uiterst efficiënte ledverlichting is een baanbrekende technologie die wij enthousiast aan de klanten aanbieden (page 18). Wij installeren in veel gebouwen van IKEA ledverlichting op commerciële schaal, samen met andere energie-efficiënte verlichtingssystemen. Een energie-efficiënte commerciële verlichting met onder meer ledlampen werd in FY12 getest in woonwarenhuizen in Nederland, Spanje en Zweden en in de fabriek van Swedspan in Polen. In FY13 zal ze naar meer woonwarenhuizen worden uitgerold. De aanpassing zal gemiddeld 450.000 kilowattuur en 97.000 euro per jaar en per woonwarenhuis besparen. Dit omvat de onderhoudskosten en vertegenwoordigt een totale besparing van 11% op de energiekosten per jaar en per woonwarenhuis.

Woonwarenhuizen voor de toekomst ontwerpen

Onze ontwerptool voor woonwarenhuizen, het IKEA Energy Model, simuleert verschillende systemen voor verwarming, koeling, verlichting en energie. Hij stelt ons in staat om woonwarenhuizen te ontwerpen die energie-efficiënt zijn en hernieuwbare energie gebruiken.

Enkele in FY12 geopende nieuwe woonwarenhuizen met innovatieve energieoplossingen:

- Fukuoka-Shingu, Japan: heeft het grootste bodempompstelsel van de Japanse retailsector. In 2013 zal het woonwarenhuis een fotovoltaïsche installatie hebben met een piekcapaciteit van 750 kWh.
- Valladolid, Spanje: heeft een gecombineerd warmte- en stroomsysteem, efficiënte ledverlichting, zonnepanelen, een ventilatiesysteem met warmtewisseling dat warmte recupereert en een systeem met blazers die warme lucht van het plafond neerstuwen om de verwarmingsbehoeften te beperken.



IKEA Goes Renewable

Wij willen een leider zijn in het gebruik van hernieuwbare energie en in energie-efficiëntie. IKEA Goes Renewable begon als een tijdelijk project maar is een deel van onze dagelijkse werking geworden. Wij investeren in onze eigen projecten voor de opwekking van hernieuwbare energie uit zon, wind en biomassa. Wij produceren een deel van onze hernieuwbare energie zelf en kopen een ander deel van het net. We hebben al meer dan 250.000 zonnepanelen geïnstalleerd op woonwoningen en gebouwen van IKEA overal ter wereld. IKEA heeft geïnvesteerd in en wil eigenaar en uitbater worden van 125 windturbines in zes landen. In de drie volgende jaren zullen nieuwe projecten de totale investeringen in hernieuwbare energie opvoeren tot 1,5 miljard euro. Een gedeelte van de hernieuwbare energie die wij off-site en on-site produceren, wordt aan het net verkocht.

Geproduceerde hernieuwbare energie per type

Type	GWh
Wind	290
Fotovoltaïsche panelen	29
Biomassa	899
Verkochte pellets en briketten	633
Totaal	1.851
Percentage van het totale energieverbruik (%)	51%

Wij hebben in FY12 hernieuwbare energie geproduceerd voor het equivalent van 34% van ons totale energieverbruik. Daarnaast betekent de energie van de pellets en briketten van afvalhout die Swedwood produceert en verkoopt dat wij hernieuwbare energie voor een equivalent van 51% van ons totale energieverbruik hebben geproduceerd. Wij hebben ook 1.073 GWh hernieuwbare energie van het net gekocht.

Enkele on-site projecten voor hernieuwbare energie in FY12:

- Voortzetting van de installatie van fotovoltaïsche panelen op woonwoningen en distributiecentra, zodat het totale aantal fotovoltaïsche installaties tot 75 werd verhoogd. Zonnepanelen kunnen gemiddeld 10% tot 15% leveren van de elektriciteitsbehoeften van een typisch woonwoning, en tot 100% van de elektriciteitsbehoeften van een distributiecentrum.
- Realisatie van een samenwerking met een bedrijf voor schone energie in China, voor de installatie van zonnepanelen op alle woonwoningen en distributiecentra van IKEA in China. Dit zal ongeveer 6.000 ton CO₂ per jaar besparen.

Wij hebben in FY12 ook in off-site hernieuwbare energie geïnvesteerd:

- Wij hebben in Polen twee operationele windparken met een totale capaciteit van 28 megawatt gekocht en zullen een nieuw windpark met een totale capaciteit van 26 megawatt bouwen, dat in FY13 operationeel zal zijn.
- In Zweden hebben wij ons verbonden tot de aankoop van een windpark dat ons in Zweden energieonafhankelijk zal maken wanneer het in FY14 voltooid is. Het windpark zal 30 turbines van drie megawatt tellen, voor een totale capaciteit van 90 megawatt.

Het aandeel van de hernieuwbare energie in de stroomvoorziening van de gebouwen van IKEA (uitsluitend aangekochte energie en ter plekke opgewekte energie) steeg in FY12 met 55% tegenover FY11. Onze zonne- en windinstallaties leverden 319 gigawattuur elektriciteit aan de gebouwen van IKEA en aan het elektriciteitsnet, meer dan het dubbele van de in FY11 opgewekte hoeveelheid.

Hernieuwbare energie (aangekochte elektriciteit en on-site productie) als % van het totale verbruik

	FY08	FY09	FY10	FY11	FY12
Woonwarenhuizen	37	38	34	40	48
Distributiecentra	37	41	34	39	51
Swedwood	60	63	59	61	59
Swedspan	-	-	62	62	67
Totaal	47	50	47	51	55

Transport

Ongeveer 11% van de totale van CO₂-voetafdruk van IKEA (van de grondstoffen tot het levenseinde van de producten) hangt samen met de energie voor het transport van producten en mensen (medewerkers en klanten).

Transport van producten

Onze transportleveranciers vervoeren onze producten van de productleveranciers naar de distributiecentra en de woonwarenhuizen, over de weg, over het spoor en over zee. Wij bieden de klanten bovendien thuisbezorging aan.

Hoe wij de CO₂-uitstoot van het transport beperken

- Optimalisatie van het gebruik van uitrusting, zodat meer producten in elke lading passen en er minder transporten nodig zijn
- Verhoging van het aantal trajecten die vervoer over het spoor, over zee en over de weg combineren en de uitstoot van het wegvervoer kunnen verminderen
- Samenwerking met transportleveranciers om het gebruik van moderne, brandstofefficiënte voertuigen te verhogen en het gebruik van duurzamere brandstoffen te onderzoeken
- Levering van 56% van de producten rechtstreeks van de leveranciers aan de woonwarenhuizen, zonder langs distributiecentra te passeren, zodat de producten minder afstand afleggen
- Samenwerking met organisaties zoals Green Freight Europe en Green Freight Asia, om de monitoring, de rapportering en de beperking van de CO₂-uitstoot van het transport te standaardiseren.

Vooruitgang in FY12

In FY12 hebben wij ons geconcentreerd op de verhoging van de volumes in elke container en oplegger. Het volume producten per transport steeg met 2,5% vergeleken met FY11. Wij streven naar een beperking van de CO₂-uitstoot per kubieke meter vervoerde producten met 20% tegen het einde van FY16 vergeleken met de niveaus van FY11². Wij hebben tot op heden een vermindering met 7,3% bereikt.

2 De vertrekwaarden voor dit streefdoel zijn de waarden van FY11 in plaats van FY10, om ze in lijn te brengen met onze nieuwe duurzaamheidsstrategie.

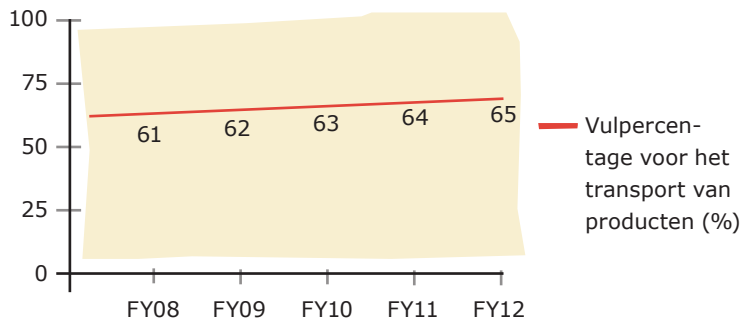
Transport van producten

Een hoger vulpercentage betekent dat per transport

	FY12	Goal FY16
Kubieke meter producten per transport (m ³ /transport)	+ 2,5%	-
Beperking CO ₂ -uitstoot per kubieke meter vervoerde producten (CO ₂ gram/m ³)	-7,3%	-20%

minder ruimte verloren gaat. Ons vulpercentage steeg naar 65% en wij willen in FY13 70% bereiken voor het inkomende transport (transport van de leveranciers naar de distributiecentra).³

Vulpercentage voor het transport van producten (%)



³ Dit streefdoel werd in het Duurzaamheidsverslag 2011 van de IKEA Groep verkeerd vermeld

Dankzij verbeteringen van trucks, pallets en verpakkingen kunnen wij per transport meer producten vervoeren. Wij:

- Gebruiken grotere trucks en containers
- Schakelen over van houten pallets naar papieren pallets of laadlijsten. Ze zijn lager dan houten pallets, lichter en flexibel in hun afmetingen. Wij hebben in FY12 een evaluatie van de levenscyclus gemaakt waarin we houten pallets met papieren pallets vergeleken. Hieruit bleek dat het gebruik van papieren pallets de voetafdruk van het transport van producten van IKEA zou verminderen met 75.000 ton CO₂ per jaar - een besparing van 6%.
- Samenwerking met de leveranciers om de productverpakkingen te verbeteren. Een voorbeeld: in Zuidoost-Azië kon onze leverancier van SPARKA pluchen speelgoed het aantal producten per laadeenheid verdubbelen door de verpakking te veranderen.

Zakenreizen van medewerkers

Wij moedigen medewerkers aan om het aantal vlieguren naar bijeenkomsten te beperken. Wij promoten de voordelen van web-, telefoon- en videovergaderingen. Virtuele vergaderingen beperken niet alleen de milieu-impact van reizen maar maken ook een efficiënter tijdsgebruik van de medewerkers mogelijk, verbeteren het evenwicht tussen werk en privéleven en beperken de reiskosten. Als zakenreizen onvermijdelijk zijn, sporen wij de medewerkers aan om opties met lage CO₂-voetafdruk te kiezen, door middel van tools voor online boekingen en een gids op het intranet. Wij hebben in FY12 een gids voor "groene vergaderingen" geïntroduceerd voor medewerkers die

grote bijeenkomsten organiseren.

Reisleveranciers zoals luchtvaartmaatschappijen, hotels en autoverhuurbedrijven moeten ons informeren over hun duurzaamheidsbeleid en -programma's.

In FY12 hielden de medewerkers 40% meer virtuele vergaderingen, met elke dag ongeveer 600 web- en telefoonvergaderingen. Wij hebben in FY12 40 nieuwe sites met voorzieningen voor videoconferenties uitgerust, zodat het totaal nu 110 bedraagt. Het toenemende gebruik van web-, telefoon- en videovergaderingen heeft ondanks de groei van onze activiteiten de toename van reiskosten beperkt. Onze reiskosten zijn in FY12 gestegen, maar de index (reiskosten tegenover verkoop) lag nog altijd 28% onder de uitgangswaarden van FY07. Wij blijven oplossingen zoeken om het gebruik van virtuele vergaderingen te bevorderen en de impact van reizen te beperken.

Zakenreizen

	FY09	FY10	FY11	FY12
Aantal web- en telefoonvergaderingen	52.000	82.434	104.920	146.015
Aantal uren videovergaderingen	-	760	2.800	6.900
Index van de uitgaven voor zakenreizen (reiskosten tegenover verkoop: FY07 – 100)	69	67	66	72

* Het aantal web- en telefoonvergaderingen werd in 2011 verkeerdelijk gerapporteerd als het aantal web- en videovergaderingen.

Klantenreizen

Elk jaar reizen miljoenen klanten overal ter wereld naar en van de woonwinkels van IKEA. Dit heeft een beduidende milieu-impact. Wij willen het voor de klanten zo gemakkelijk mogelijk maken de woonwinkels met het openbaar vervoer of met gedeeld vervoer te bezoeken. Dit staat bovenaan onze agenda wanneer wij nieuwe woonwinkels ontwerpen. De klanten kunnen online kopen en hun producten rechtstreeks thuis laten bezorgen. Om de impact van de thuisbezorging te beperken, breiden wij het gebruik van elektrische voertuigen en LNG-voertuigen in onze vloot voor klantenleveringen uit.

Water

Als gevolg van de druk op de watervoorraden en de wereldwijde waterschaarste wordt water een steeds belangrijker probleem voor de bedrijven. In FY12 steeg het totale waterverbruik van de gebouwen van IKEA met 8% tegenover FY11, ook al verbruikten onze distributiecentra iets minder. Het waterverbruik van Swedspan nam met 53% toe, als gevolg van de opening in FY12 van een nieuwe fabriek van HDF-plaatmateriaal. Het waterver-

Waterverbruik units IKEA (m ³)	FY10	FY11	FY12
Woonwinkels	3.927.551	4.438.075	4.608.175
Distributiecentra	265.524	228.772	223.292
Swedwood	483.096	510.742	542.595
Swedspan*	283.277	503.861*	773.226
Totaal	4.959.448	5.681.450	6.147.288

* De gegevens over het waterverbruik van Swedspan in FY11 zijn aangepast na een rapporteringsfout.

bruik van Swedwood steeg met 6%. Het bedrijf heeft tot op heden in 80% van zijn vestigingen strategieën voor waterbesparing ingevoerd.

Recycling van afvalwater bij Swedspan

Swedspan mikt op een productie zonder afvalwater. Water wordt gebruikt voor de productie van plaatmateriaal, vooral voor de aanmaak van lijm, de extractie van houtstof uit de lucht en de opwekking van de stoom die wordt gebruikt om houtspaanders te ontbinden tot houtvezels voor de platen. De aanmaak van lijm is een van de meest waterintensieve van deze processen. In FY12 heeft Swedspan in zijn fabriek in Litouwen een nieuwe aanpak getest waarbij afvalwater van de lijmpductie wordt opgevangen, de afvallijm wordt verwijderd en het water na zuivering wordt hergebruikt. Het nieuwe systeem heeft het waterverbruik verminderd zonder de kwaliteit van de lijm aan te tasten. Het wordt nu ook bij Swedspan in Frankrijk geïnstalleerd. Andere units van Swedspan zullen volgen.

Lees over onze samenwerking met leveranciers om het waterverbruik te beperken op [pagina 58](#) en over onze inspanningen om de klanten te helpen water te besparen op [pagina 17](#).

Afval

Wij produceren het grootste gedeelte van ons afval in de woonwinkels, in de vorm van verpakkingen en ander materiaal.

Afvalproductie in FY12, %



Al onze units recyclen en recupereren veel, maar wij willen de volgende stap zetten naar ons doel om geen afval te storten. Tegen het einde van FY15 zal ten minste 90% van het afval van onze woonwinkels en andere activiteiten van IKEA gesorteerd worden om het te recyclen.

Tegen het einde van FY12 had een aantal vestigingen het doel van 0 kg stortafval al bereikt, met inbegrip van een van de twee fabrieken van IKEA Components, die de meeste verpakkingen van onze platte pakketten behandelt, en van meer dan 30% van de fabrieken van Swedwood.

Alle woonwinkels sorteren materialen voor recycling, zoals karton, glas, metaal, papier, plastic en hout. Verscheidene woonwinkels verzamelen ook voedselafval van het consumentenrestaurant en de kantines voor de medewerkers. Het afval gaat naar een extern bedrijf dat het in biogas omzet, als brandstof voor auto's en autobussen, of het als diervoer gebruikt.

Producten die door klanten zijn teruggebracht of die beschadigd raken voor ze worden verkocht, worden gerepareerd en aangeboden in een apart deel van het woonwarenhuis, waar ze met korting worden verkocht. Wij hebben ook in veel woonwarentuinen verpakkingsmachines geïnstalleerd, zodat men artikelen opnieuw kan verpakken en verkopen. In veel woonwarentuinen hebben wij openbare inzamel punten voor de klanten, voor artikelen zoals batterijen, lampen en elektrische apparaten, die door gespecialiseerde bedrijven worden gerecycled of opgeruimd.

Wij hebben in FY12 6% meer afval geproduceerd dan in FY11 door een grotere afvalproductie in de woonwarentuinen. Zowel Swedwood als Swedspan hebben minder afval geproduceerd.

Het percentage gerecycled afval van de woonwarentuinen, de distributiecentra en Swedwood is gestegen, maar bij Swedspan is het gedaald. De daling bij Swedspan was het gevolg van een grotere productie van bouwafval op twee bouwplaatsen. Het algemene recyclingcijfer voor al onze activiteiten bedroeg in FY12 86%, tegenover 85% in FY11.

Percentage afvalrecycling*

Gerecycled of voor energie gebruikt afval, %	FY08	FY09	FY10	FY11	FY12
Woonwarentuinen	85	86	84	86	88
Distributiecentra	90	90	91	90	94
Swedwood**	59	61	58	80	90
Swedspan	-	-	86	64	40
Totaal	84	84	82	85	86

* Met uitsluiting van afvalhout voor energierecuperatie of hergebruik in producten

** De in het verleden gerapporteerde cijfers zijn aangepast om afvalhout uit te sluiten

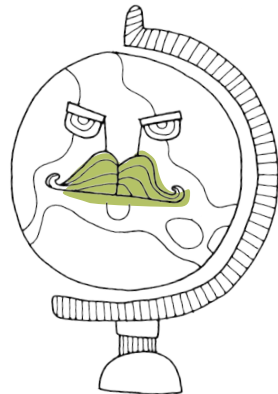
Afvalproductie, ton*

Afvalproductie, ton	FY08	FY09	FY10	FY11	FY12
Woonwarentuinen	276.173	285.156	279.778	307.877	335.167
Distributiecentra	33.952	38.929	34.369	41.758	41.933
Swedwood	17.864	29.956	31.176	26.177	25.285
Swedspan	-	-	10.015	24.621	21.996
Totaal	327.989	354.041	355.338	400.433	424.381

* Met uitsluiting van afvalhout voor energierecuperatie of hergebruik in producten

Nuttig gebruik van afvalhout bij Swedspan en Swedwood

De fabricage van plaatmateriaal en meubels voor IKEA bij Swedspan en Swedwood produceert veel afvalhout. Het wordt ofwel door Swedspan als grondstof voor de productie van nieuwe platen gebruikt, ofwel als grondstof aan andere bedrijven verkocht. Als het afval niet geschikt is voor gebruik, wordt het verbrand in biomassaketels, om warmte te produceren, of wordt het als hernieuwbare brandstof aan andere bedrijven verkocht. In FY12 leverden biomassaketels 98% van de warmte die Swedwood nodig had en 90% van de warmte die Swedspan nodig had. Alle bestaande fabrieken van Swedspan zullen vanaf oktober 2012 biomassaketels gebruiken, en de nieuwe fabrieken worden ontworpen om volledig met biomassa te werken.



Controle van de overige milieu-impact

De units van IKEA hebben nog andere vormen van milieu-impact die zij zorgvuldig moeten beheren om het milieu te beschermen. Dat zijn:

- **Formaldehyde:** Wij hanteren strenge normen voor het gebruik van formaldehyde. De fabricage van houten platen bij Swedspan impliceert de samenvoeging van lagen hout met lijm die formaldehyde bevat. Swedspan houdt zorgvuldig toezicht op de uitstoot van formaldehyde in de lucht en het water en gebruikt speciale uitrusting om hem te controleren. Het houdt ook toezicht op de niveaus van formaldehyde in de lucht in de gemeenschappen in de omgeving van elke fabriek; de resultaten worden in een openbaar jaarverslag gepubliceerd. De uitstoot van formaldehyde van het plaatmateriaal van Swedspan bedraagt een derde van "E1", de strengste Europese norm voor deze uitstoot. Het is de bedoeling platen te produceren die vergelijkbaar zijn met hout, wat betekent dat ze dezelfde uitstoot hebben als natuurlijk hout.
- **Gevaarlijk afval:** Swedwood beperkt het schadelijke afval van zijn activiteiten. Het produceerde in FY12 15% minder gevaarlijk afval dan in FY11. In FY12 steeg het gevaarlijke afval van Swedspan door de bouw van een nieuwe fabriek in Polen.
- **Stikstofoxide (NOx):** Swedspan en Swedwood houden zorgvuldig toezicht op de uitstoot van NOx uit ketels. Alle nieuwe ketels worden met NOx-monitors geïnstalleerd en oudere uitrusting wordt regelmatig nagekeken en zal tegen FY14 vervangen zijn.
- **Solventen:** Chemische producten worden gebruikt voor de schoonmaak van de woonwarenhuizen van IKEA en voor de schoonmaak en de productie bij Swedwood. Swedwood zoekt in de mate van het mogelijke alternatieven voor de schadelijke solventen die het in zijn productieprocessen gebruikt. Het heeft het gebruik van solventen voor de schoonmaak sinds FY10 met 73% verminderd, maar de hoeveelheid in de fabricage gebruikte chemische producten steeg in FY12 met 21% tegenover FY10.

Energie en water in onze toeleveringsketen

FY12 in een oogopslag

- Wij hebben met onze leveranciers plannen ontwikkeld voor energiebesparende activiteiten in 11 energie-intensieve fabrieken in China
- 23 leveranciers van woonproducten werken met meer dan 90% hernieuwbare energie
- Wij hebben de score van onze Supplier Sustainability Index (duurzaamheidsindex voor leveranciers) van 33 naar 39 verhoogd
- Wij hebben voor het eerst gegevens over het waterverbruik van onze rechtstreekse leveranciers gepubliceerd
- Wij hebben doelstellingen op een termijn van drie jaar ontwikkeld om de duurzaamheidsprestaties van de IKEA catalogus te verbeteren

People & Planet Positive – nieuwe doelstellingen

- Tegen het einde van FY15 – vermindering van de CO₂-uitstoot van de leveranciers met 20% tegenover 2011
- Tegen het einde van FY17 – verbetering van de energie-efficiëntie van de leveranciers met 20% tegenover 2011
- Tegen het einde van FY20 – Verbetering van de water-efficiëntie van de leveranciers van woonproducten met 30% tegenover 2011

Wij werken met onze rechtstreekse leveranciers samen om hun verbruik van water en fossiele brandstoffen te beperken. Dat is beter voor de planeet en kan de kosten voor IKEA, onze leveranciers en onze klanten verminderen.

Wij doen dit door:

- De leveranciers aan te moedigen en in staat te stellen om hun energie-efficiëntie te verbeteren, alternatieve brandstoffen te gebruiken, hernieuwbare energie op te wekken, het waterverbruik te verlagen en de waterrecycling te bevorderen
- Met behulp van de Supplier Sustainability Index de duurzaamheidsprestaties van de leveranciers te meten
- In ons Supplier Development Process intensief met geselecteerde leveranciers samen te werken om doelstellingen voor besparingen te bereiken, en beste praktijken te identificeren die met andere leveranciers kunnen worden gedeeld

Om de milieu-impact van de toeleveringsketen beter te begrijpen, zijn wij begonnen met de meting van de milieuprestaties van onze rechtstreekse leveranciers van woonproducten. Wij hebben gegevens voor het kalenderjaar 2011 verzameld bij 81% leveranciers van woonproducten, en hebben voor de overige 19% ramingen gemaakt van de CO₂-uitstoot en het waterverbruik. Onze strategie voor de beperking van het verbruik van water, energie en chemische producten bij onze rechtstreekse leveranciers van woonproducten werd in FY12 aangepast om de People & Planet Positive-strategie te weerspiegelen.

⁴ De gegevens in deze sectie hebben geen betrekking op Swedwood of Swedspan, alleen op de externe leveranciers van woonproducten.

CO₂-voetafdruk van de toeleveringsketen

Ongeveer 64% van de CO₂-uitstoot in onze waardeketen is afkomstig van leveranciers die grondstoffen ontginnen, produceren en distribueren. Het grootste gedeelte van deze 64% komt van de winning van grondstoffen.

De meest energie- en koolstofintensieve rechtstreekse leveranciers van woonproducten zijn de fabrikanten van glas- en textielproducten in Bangladesh, China en India.

Wij bleven in FY12 de leveranciers steunen en aanmoedigen om energie-efficiënter te worden en het gebruik van hernieuwbare energie te overwegen. Enkele voorbeelden:

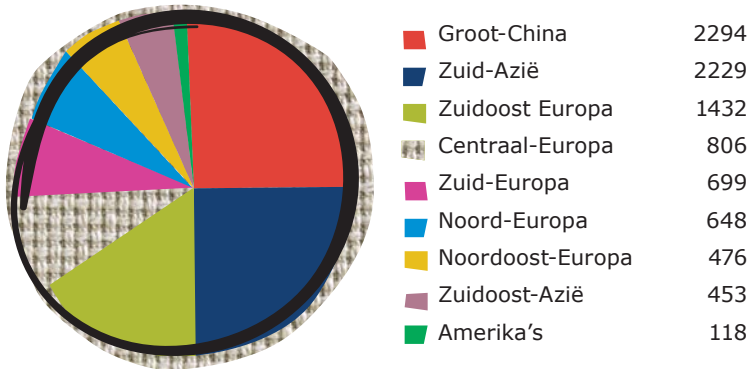
- In China hebben wij aanbevelingen ontwikkeld voor energiebesparende activiteiten in 11 fabrieken van leveranciers die energie-intensieve artikelen van keramiek, glas, metaal, plastic en textiel produceren. Wij schatten dat de fabrieken de energie-intensiteit met 5-20% zouden kunnen verminderen. Wij hebben ook 60 fabriekseigenaren uitgenodigd om meer te leren over de installatie van zonnepanelen. Alle leveranciers in China hebben toegang tot een in FY12 gelanceerde checklist voor de energie-efficiëntie. Deze eenvoudige tool helpt de leveranciers om kleine aanpassingen te identificeren die hen in staat kunnen stellen hun energie-efficiëntie met wel 20% te verbeteren.
- Wij hebben voor leveranciers in Indonesië, Thailand en Vietnam een "Energiedag" georganiseerd voor de uitwisseling van ervaringen met geslaagde initiatieven voor de energie-efficiëntie van fabrieken.

CO₂-voetafdruk van de leveranciers per handelszone 11*

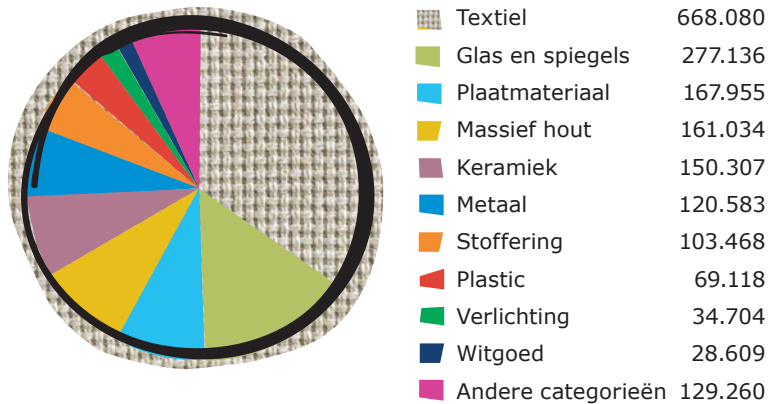
Handelszone	CO ₂ -voetafdruk (CO ₂ -equivalent – ton)
Groot-China	946.863
Zuid-Azië	473.506
Zuidoost-Europa	366.641
Zuid-Europa	155.848
Centraal-Europa	152.336
Zuidoost-Azië	150.541
Noordoost-Europa	100.192
Noord-Europa	100.077
Amerika's	30.129
Totaal	2.476.131

* De gegevens over de CO₂-voetafdruk en het energieverbruik per handelszone gelden voor de 81% leveranciers die in het kalenderjaar 2011 hun CO₂-uitstoot hebben gerapporteerd; wij hebben ramingen van CO₂-uitstoot gemaakt voor de resterende 19% leveranciers die geen uitstoot hebben gerapporteerd.

Energieverbruik van de leveranciers per handelszone – totaal energieverbruik voor IKEA (GWh)



CO₂-voetafdruk van de leveranciers per product-categorie (CO₂-equivalent – ton)*



* De gegevens van deze grafiek gelden voor de 81% leveranciers die in FY12 hun CO₂-voetafdruk hebben gerapporteerd.

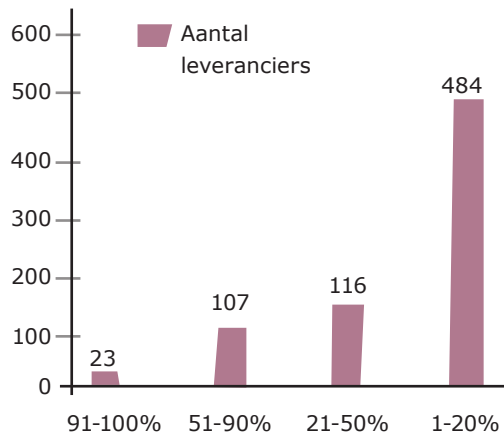


Suppliers Go Renewable

Wij moedigen onze leveranciers aan om leiders te worden in het gebruik van hernieuwbare energie. Dat is de focus van een nieuw programma dat wij ontwikkelen: Suppliers Go Renewable, dat in FY13 bij cruciale leveranciers zal worden gelanceerd.

Veel van onze rechtstreekse leveranciers gebruiken hernieuwbare energie, maar meestal blijft het bij een klein gedeelte van het totale verbruik. In 2011 werkten 23 van onze rechtstreekse leveranciers van woonproducten met meer dan 90% hernieuwbare energie. Vijf leveranciers van woonproducten meldden dat zij met 100% hernieuwbare energie werkten. Het betreft drie leveranciers in Zweden, een in Noorwegen en een in Vietnam.

Aantal leveranciers van woonproducten dat hernieuwbare energie opwekt (aandeel hernieuwbare energie - %)



Supplier Sustainability Index

Net als wij de Duurzaamheidscorekaart voor producten gebruiken om de duurzaamheid van producten te meten (page 40), hebben wij een duurzaamheidsindex van de leveranciers (Supplier Sustainability Index) om de milieuprestaties van de leveranciers van woonproducten te meten. De resultaten van de leveranciersindex worden in de scorekaart voor de producten gebruikt.

De punten uit drie domeinen worden voor elke leverancier opgeteld tot een score op 100. Hoe hoger de score, hoe beter de rating. Wij werken samen met de leveranciers om verbeteringen te identificeren en de score op de index te verhogen. Wij wegen de scores om rekening te houden met de productievolumes van elke leverancier. Daarna combineren wij ze in een algemene score.

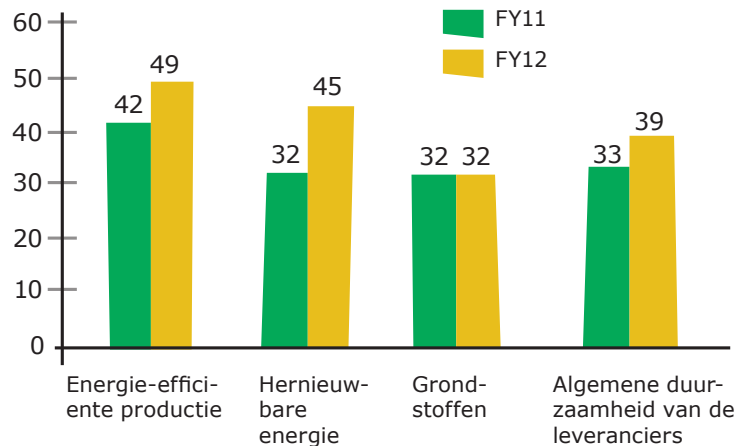
Resultaten voor de Supplier Sustainability Index

In FY12 werden 766 leveranciers geëvalueerd. De algemene gewogen Index steeg van 33 in FY11 naar 39 in FY12. De leveranciers scoorden het hoogst voor energie-efficiëntie en boekten de grootste vooruitgang in het domein van de hernieuwbare energie.





Supplier Sustainability Index (indexscore, gewogen volgens productievolume – op 100)



Water in onze toeleveringsketen

In het kalenderjaar 2011 hebben wij gegevens over het waterverbruik van onze rechtstreekse leveranciers verzameld, die we nu voor het eerst publiceren. Dit omvat gegevens over water voor natte processen (bij textielleveranciers), de behandeling van afvalwater en het waterverbruik. Alles samen verbruikten de leveranciers van woonproducten 39,1 m³ water, het equivalent van de inhoud van meer dan 15.000 Olympische zwembaden. In 2011 verbruiken de leveranciers in Groot-China 32% van al het in onze rechtstreekse toeleveringsketen verbruikte water. Ze werden gevolgd door de leveranciers in Zuid-Azië (26%). Onze strategie voor de rechtstreekse leveranciers van woonproducten omvat een doelstelling voor de waterefficiëntie. Wij hebben ook voor het eerst gegevens

verzameld over de waterefficiëntie van de leveranciers van woonproducten.

Hieruit bleek dat de rechtstreekse leveranciers in 2011 1.113 liter water per m³ goederen verbruikten.

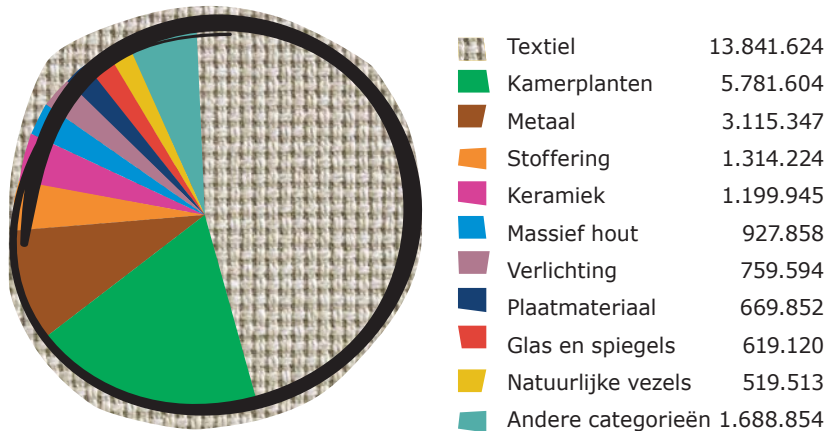
De productie van textiel is het meest waterintensief. Van de leveranciers die hun waterverbruik in 2011 rapporteerden, vertegenwoordigden de leveranciers van textieltapijten en andere textielproducten 45% van het verbruik. Metaal en de planten die wij in de woonwoningen verkopen, verbruiken ook grote hoeveelheden water. Buiten onze rechtstreekse leveranciers is de watervoetafdruk het grootste voor de verbouwing van katoen (zie Water besparen in de katoenteelt, pagina 64).

Waterverbruik van de rechtstreekse leveranciers per handelszone (m³)*

Handelszone	Waterverbruik IKEA (m ³)
Groot-China	12.589.708
Zuid-Azië	10.150.972
Zuidoost-Azië	8.473.248
Zuidoost-Europa	5.003.505
Zuid-Europa	1.053.013
Noordoost-Europa	687.539
Noord-Europa	496.577
Centraal-Europa	357.413
Amerika	266.415

* De gegevens gelden voor de 81% leveranciers die in het kalenderjaar 2011 hun waterverbruik hebben gerapporteerd; wij hebben ramingen van het waterverbruik gemaakt voor de resterende 19% leveranciers die geen verbruik hebben gerapporteerd.

Waterverbruik van de rechtstreekse leveranciers per productcategorie (m³)*



* De gegevens van deze grafiek gelden voor de 81% leveranciers die in FY12 hun waterverbruik hebben gerapporteerd.

In gebieden met waterschaarste, zoals Bangladesh, China, India en Pakistan, hebben wij waterspecialisten die de leveranciers helpen met de beperking van het waterverbruik en de recycling van water. In FY12 hebben zij een nieuw regionaal netwerk gevormd dat tweemaal per jaar samenkomt om beste praktijken uit te wisselen. De druk op de watervoorraden verschilt van land tot land en kan binnen elk land lokaal variëren. In FY13 blijven wij gegevens van de leveranciers over het waterbeheer verzamelen en de lokale beschikbaarheid van water in kaart brengen.

IWAY, onze gedragscode voor leveranciers, eist dat leveranciers over volledig operationele waterzuiveringsinstallaties beschikken om de waterkwaliteit te beschermen. In FY12

hebben wij voor de textielleveranciers bijkomende richtlijnen ontwikkeld voor de verbetering van de recycling van water, die zowel het waterverbruik als de kwaliteit van het afvalwater beïnvloedt. De richtlijnen zullen in FY13 worden uitgerold.

Wij willen dat in FY20 onze leveranciers van woonproducten hun waterefficiëntie met 30% hebben verbeterd tegenover FY11. Wij zullen op dit vlak vooruitgang boeken door grote waterprojecten binnen ons Supplier Development Process.

Water besparen in Bangladesh

Een van onze grootste textielleveranciers is in Bangladesh gevestigd en gebruikt voor zijn productie voor IKEA een grote hoeveelheid water, ongeveer 1,7 miljoen m³ per jaar. In FY12 zijn wij met ons Supplier Development Process een project gestart om het waterverbruik met ten minste 20% te verminderen en onze richtlijnen voor de recycling van water voor textiel te testen.

De leverancier heeft in de fabriek 30 watermeters geïnstalleerd om te begrijpen welke subprocessen het meeste water verbruiken. Wij volgen het waterverbruik van elk subproces. Wij zullen besparingdoelen bepalen voor het volledige productieproces, van het bleken tot het bedrukken en verven. Wij hebben samen verscheidene punten geïdentificeerd waar afvalwater kan worden gerecycled om het elders in de fabriek te gebruiken, en we zullen proefprojecten uitvoeren om potentiële oplossingen en besparingen te testen. Wij verkennen ook mogelijkheden om regenwater op te vangen en te gebruiken.

Water besparen in de katoenteelt

De katoenteelt is zeer waterintensief. Aangezien de helft van het wereldwijde textiel katoen bevat, dat meestal in ontwikkelingslanden als India en Pakistan wordt verbouwd, waar water schaars kan zijn, is de verbetering van de waterefficiëntie een prioriteit.

Wij werken sinds 2005 samen met WWF en veel andere ngo's om duurzame praktijken bij conventionele katoenboeren te bevorderen. We hebben samen meer dan 100.000 landbouwers bereikt en hen geholpen om minder water en pesticiden te gebruiken en

geld te besparen. Wij hebben in FY12 1,9 miljoen euro in deze projecten geïnvesteerd. De projecten omvatten praktijkopleidingen en gebruiken landbouwers die nieuwe praktijken hebben aangenomen als pleitbezorgers om anderen aan te sporen om hetzelfde te doen. Volgens onderzoek van WWF kunnen de landbouwers die aan de projecten deelnemen het verbruik van water en pesticiden beduidend beperken, zodat hun kosten afnemen en ze meer verdienen. Lees meer over ons werk met katoen op [pagina 32](#).

Milieu-impact van de IKEA catalogus

Wij hebben in FY12 212 miljoen exemplaren van de IKEA catalogus gedrukt in 29 talen, met de hulp van meer dan 32 leveranciers van papier en drukwerk. Wij publiceren ook een online versie van de catalogus en een catalogusapp voor mobiele toestellen. Wij meten de milieu-impact van de productie van de catalogus en werken samen met de leveranciers om minder energie en papier te verbruiken, de productie van afval en CO₂-uitstoot te beperken, het aandeel van de hernieuwbare energie te vergroten en duurzamer papier aan te kopen.

In FY12 hebben wij het ontwerp van de catalogus gewijzigd, hem breder gemaakt en de papierkwaliteit verbeterd. In sommige domeinen, zoals het waterverbruik

en de CO₂-uitstoot per exemplaar, zijn de duurzaamheidsprestaties stabiel gebleven of verbeterd.

Maar in andere domeinen zijn de duurzaamheidsprestaties achteruitgegaan. Minder papier bevatte kringloopvezels of was afkomstig uit duurzaam beheerde bossen onder toezicht van organisaties zoals de Forest Stewardship Council (FSC). Het gebruik van een andere papiersoort in het productieproces deed de emissie in het afvalwater met 24% per exemplaar stijgen. Wij hebben voor de drie volgende jaren duidelijke en uitdagende doelstellingen bepaald om de algemene duurzaamheidsprestaties van de IKEA catalogus te verbeteren. Wij willen bijvoorbeeld voor de catalogus van 2016 het energieverbruik

met 10% en de CO₂-uitstoot met 20% verlagen tegenover 2012, terwijl 60% van de gebruikte energie uit hernieuwbare bronnen moet komen. Wij willen bovendien dat alle niet-kringloopvezels die voor de catalogus van 2016 worden gebruikt het FSC-label hebben.

Voor wij contracten met de leveranciers van catalogi afsluiten, informeren wij naar hun duurzaamheidsprestaties. Onze aankopers gebruiken deze informatie om leveranciers te selecteren die onze ambitieuze doelstellingen steunen. Wij hebben uit onze ervaringen van dit jaar geleerd en hebben workshops met onze leveranciers georganiseerd om oplossingen te vinden die de prestaties voor de volgende IKEA catalogus zullen verbeteren.


Belangrijkste milieuprestatie-indicatoren, alle catalogi

	FY08	FY09	FY10	FY11	FY12
Oplage van de catalogus (miljoen)	198	198	197	208	212
Papierleveranciers met ISO 14001-certificering (%)	61	94	89	100	94
Cataloguspapier (ton)	113.099	103.784	102.476	108.450	107.373
Vezels met FSC-label	5	19	21	30	23
Inhoud kringloopvezels (%)	6	6	11	4	2
Aandeel hernieuwbare energie (%)	40	51	50	48	42

Milieugegevens per catalogusexemplaar

	FY08	FY09	FY10	FY11	FY12
Waterverbruik (liter/exemplaar)	17,92	14,96	14,26	13,55	13,39
Energieverbruik (kWh/exemplaar)	3,11	3,04	2,96	2,72	2,69
Dioxide uit fossiele brandstoffen (kg CO ₂ /exemplaar)	0,69	0,61	0,49	0,43	0,43
Uitstoot in de lucht (g VOS/exemplaar, vluchtige organische stoffen)	1,01	0,75	1,12	1,15	1,12
Uitstoot in afvalwater (g CZV/exemplaar, chemisch zuurstofverbruik)	3,88	3,83	3,49	3,47	4,29





*Een beter
bestaan voor
mensen en
gemeenschappen*



Een beter bestaan voor mensen en gemeenschappen

Wij willen helpen om de mensen en gemeenschappen die met ons bedrijf te maken krijgen een beter bestaan te geven. Dat heeft altijd deel uitgemaakt van onze aanpak en is vandaag belangrijker dan ooit, nu ons bedrijf in heel de wereld blijft groeien.

Wij concentreren ons op de ontwikkeling van de beste plaatsen om te werken voor onze medewerkers en die van onze leveranciers. Wij steunen kwetsbare gemeenschappen en kinderen en wij verdedigen de mensenrechten in alles wat wij doen.

Een geweldige plaats om te werken

FY12 in een oogopslag

- 47% van onze managers waren vrouwen
- 72.000 medewerkers namen deel aan onze VOICE-peiling
- 83% van de medewerkers is trots op de manier waarop IKEA met duurzaamheid omgaat

People & Planet Positive – nieuwe doelstellingen

- Ervoor zorgen dat de eisen die wij aan onze eigen vestigingen stellen op het vlak van de milieu-, maatschappelijke en arbeidsvoorwaarden gelijk zijn aan of strenger dan onze eisen voor de leveranciers die onze People-strategie volgen.

Onze medewerkers zijn onze kostbaarste schat en maken IKEA tot een uniek bedrijf. Wij werven altijd aan op basis van onze waarden om geëngageerde, diverse en oprechte mensen met een passie voor woonproducten te vinden. Onze medewerkers komen uit heel de wereld maar delen de fundamentele humanistische waarden die aan de basis liggen van onze cultuur: saamhorigheid, nederigheid, eenvoud, kostenbewustzijn en gezond verstand.

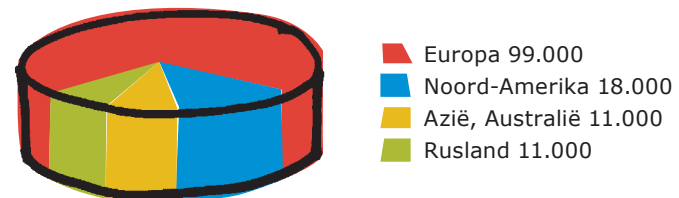
IKEA biedt eindeloze loopbaan- en leermogelijkheden. Wij bieden de medewerkers expertise aan, ontwikkelingskansen en steun, maar de waarden moeten er van bij het begin zijn.

Grote verantwoordelijkheden aan onze medewerkers toevertrouwen, maakt deel uit van onze cultuur. Mensen groeien wanneer ze op de werkvloer leren, en wanneer onze mensen groeien, groeit IKEA ook. Wij moedigen onze medewerkers aan om verschillende rollen te proberen en ervaring op te doen buiten hun normale werkzone en hun eigen land. Dat vergroot het begrip en de kennis binnen de organisatie en komt ons allemaal ten goede, zowel op het professionele als op het menselijke vlak. Door samen te groeien, kunnen wij een beter dagelijks bestaan creëren voor ons en onze klanten.

Wij willen dat IKEA een fantastische werkplek is die alsmaar beter wordt. Onze nieuwe People-strategie, die in FY13 wordt gelanceerd, vertrekt van onze waarden, legt onze prioriteiten duidelijk uit en introduceert nieuwe doelstellingen en belangrijke prestatie-indicatoren (KPI's). De strategie zal onze verschillende activiteiten en locaties helpen om onze doelstellingen te bereiken.

In FY12 telde IKEA 139.000 medewerkers in 44 landen van de wereld.

Medewerkers per regio



Verloop van de medewerkers (%)

	FY08	FY09	FY10	FY11	FY12
Deeltijdse	32	22,4	20,5	22,3	24,9
Voltijdse	16	11,9	10,6	11,5	14,5
Alle	24	16,4	14,8	16,1	18,9

In FY12 steeg het verloop van de medewerkers van 16,1% naar 18,9%. De redenen van deze stijging verschillen van markt tot markt. De ijking van onze databank voor de verschillende bedrijven en markten kan dit cijfer hebben beïnvloed. Ondanks de toename was ons verloop in FY12 aanvaardbaar in vergelijking met de retailsector, waar een hoger verloop niet ongebruikelijk is.

Diversiteit en inclusie

De manier waarop onze klanten leven, verschilt van land tot land, van streek tot streek en zelfs van gezin tot gezin. Hoe beter wij deze diversiteit in ons personeel kunnen weerspiegelen, hoe beter wij aan de behoeften van onze klanten kunnen voldoen. Een inclusieve werkplek waar mensen zichzelf kunnen zijn, maakt het bedrijf creatiever en ondernemender.

In FY12 hebben wij plannen ontwikkeld om diversiteit en inclusie nog beter in ons bedrijf te integreren. Elke business unit zal doelstellingen bepalen voor de diversiteit die zowel de globale prioriteiten als de lokale omstandigheden weerspiegelen. Prestaties zoals de aanwerving, het behoud en het engagement van een divers personeelsbestand zullen worden gemeten. Wij zullen een toolkit voor managers lanceren die de voordelen van diversiteit voor het bedrijf uitlegt en onze prioriteiten

beschrijft.

Diversiteit heeft niet alleen te maken met gender, etniciteit, fysieke bekwaamheid, leeftijd en nationaliteit, hoe belangrijk ze ook zijn. Wij vinden dat ook factoren als de onderwijsachtergrond, het ouderschap en de werkervaring deel uitmaken van de diversiteit.

Genderdiversiteit (% vrouwen)	FY11	FY12	Goal FY15
Alle medewerkers	52	55	52
Alle managers	39	40	50

Wij zijn tevreden dat de genderdiversiteit in het management toegenomen is van 40% naar 47% in FY12. De stijging was te danken aan een doelbewuste opvolgingsplanning en een gerichte voordracht van vrouwelijke kandidaten voor managementfuncties, bijvoorbeeld in onze toeleveringsfunctie. Wij zullen in FY13 de nadruk leggen op de diversiteit en hopen dat dit ons in staat zal stellen om ons doel van 50% in FY15 te bereiken.

Opleiding en ontwikkeling

Wij moedigen de medewerkers aan om gangbare oplossingen ter discussie te stellen, nieuwe ideeën te testen en vergissingen als groei- en ontwikkelingskansen te zien. Wij bieden de medewerkers geregeld opleidingen aan om hun vaardigheden te ontwikkelen en hen sterker bij hun werk te betrekken. De medewerkers kunnen ook via het online IKEA Learning Centre cursussen e-learning volgen die relevant zijn voor hun functie.

IKEA met de rugzak

Wij willen dat onze medewerkers en IKEA samen groeien. Met ons programma Backpacker Journey geven wij medewerkers die aan het begin van hun loopbaan staan de kans om zich via internationale ervaringen te ontwikkelen.

De “backpackers” werken een jaar lang in verschillende domeinen in twee verschillende landen. Ze keren terug met een nieuwe kennis en ervaring en met een wereldvisie. Wij hopen dat ze naar leidersrollen zullen evolueren en ons team van bekwame internationale IKEA managers zullen versterken. In FY12 waren er 88 “backpackers” uit 25 landen. Sinds de start hebben in het totaal 203 mensen aan het programma deelgenomen.

Veiligheid en gezondheid

Een veilige, gezonde omgeving voor onze medewerkers en klanten verzekeren is een absolute prioriteit. Op dit vlak weigeren wij elk compromis.

Het beheer van de veiligheids- en gezondheidsproblematiek maakt deel uit van ons dagelijks werk, waarbij wij een proactieve en preventieve benadering volgen. De manager van dienst loopt bijvoorbeeld elke dag voor de opening een ronde door het woonwarenhuis om de naleving van onze interne veiligheidsnormen te controleren.

Alle medewerkers zijn verantwoordelijk voor de realisatie en het behoud van veilige en gezonde arbeidsomstandig-

heden. Iedereen moet de relevante reglementen en onze eigen regels voor de veiligheid en de gezondheid naleven. De managers zijn verantwoordelijk voor een veilige en gezonde werkomgeving, moeten leiderschap tonen en een voorbeeld voor de anderen zijn.

Onze benadering in alle units van IKEA omvat:

- Verplichte veiligheidsopleiding voor alle medewerkers
- Veiligheidscomités, samengesteld uit vertegenwoordigers van de medewerkers en managers
- Veiligheidscoördinatoren die risico-evaluaties uitvoeren en veiligheidsrisico's onderzoeken
- Onderzoek van bijna-ongevallen en andere indicatoren, om een veiligheidscultuur te creëren en toekomstige ongevallen te voorkomen.

Wij betreuren het overlijden van een medewerker bij een arbeidsongeval in de divisie Board on Frame van Swedwood in FY12. Het incident deed zich voor toen een arbeider in een van onze vier fabrieken in Polen door een bewegende machine werd verpletterd. De veiligheidsprocedures waren niet gevolgd. Na het ongeval hebben wij de software van een aantal machines geüpgraded om de veiligheid te verbeteren. Alle medewerkers van de fabriek volgen een bijkomende veiligheidsopleiding. Wij werken volledig mee met het gerechtelijk onderzoek van het ongeval.

Gegevens over veiligheid en gezondheid

De gegevens over de veiligheid en de gezondheid worden door elke unit verzameld en gevolgd. Wij voegen de gegevens over het ongevallencijfer met werkverlet niet op groepsniveau samen.

Wij zijn blij dat het cijfer van de ongevallen met werkverlet bij Swedwood in FY12 met 37% is gedaald, van 15,07 ongevallen per miljoen gewerkte uren naar 9,49. Ongevallen met werkverlet zijn ongevallen die meer dan 24 uur arbeidsongeschiktheid veroorzaken. De meting van het aantal gemelde incidenten (bijna-ongevallen) stelt ons in staat om maatregelen te nemen voor een ongeval zich voordoet. Momenteel worden per arbeidsongeval met werkverlet 25 incidenten gemeld. Swedwood wil de melding van de incidenten beduidend verbeteren.

De prestaties bij Swedspan zijn met 23% verbeterd (van 16,61 ongevallen met werkverlet per miljoen gewerkte uren naar 12,71). Om de prestaties verder te verbeteren, wordt een gedetailleerde risico-evaluatie uitgevoerd waarbij specialisten in Veiligheid, Gezondheid en Milieu (VGM), managers en medewerkers worden betrokken. De evaluatie zal veiligheidsrisico's, ook van specifieke taken, identificeren en aanpakken. Swedwood en Swedspan hebben allebei een VGM-managementsysteem en/of VGM-audits ingevoerd.

Communicatie en betrokkenheid

Met 139.000 medewerkers in 44 landen moeten wij

creatief en consistent communiceren. Een goed functionerende interne communicatie ligt aan de basis van het vermogen van onze medewerkers om hun taken uit te voeren, te leren en zich te ontwikkelen. Ze geeft hun het gevoel dat ze worden gewaardeerd en erbij horen, zodat ze betrokken zijn bij hun werkplek. De managers moeten ervoor zorgen dat hun teams up-to-date blijven en de informatie ontvangen die zij nodig hebben om hun werk te doen. Wij zorgen voor communicatieopleidingen en tools om hen te helpen.

Ons intranet, IKEA Inside, wordt aangevuld door andere kanalen, waaronder ons driemaandelijkse magazine voor de medewerkers, ReadMe, dat uit een medewerkersperspectief wordt geschreven. Het magazine wordt in 19 talen vertaald en bevat artikelen over het bedrijf, productnieuws. Veel domeinen van de organisatie hebben bovendien hun eigen nationale en lokale magazines. In onze woonwinkels gebruiken wij vergaderingen, videoschermen, radio in gesloten circuit en mededelingenborden om de medewerkers te informeren. Medewerkers die thuis een betere toegang hebben tot computers dan op het werk, kunnen via een online systeem nieuws en informatie over IKEA raadplegen, naast documenten over lonen en voordelen.

In FY12 hebben wij de principes van de relaties met de medewerkers en de bonden geformaliseerd. Wij respecteren hun recht om zich aan te sluiten bij vakbonden van hun keuze. Het beleid beschrijft onze inzet voor een open dialoog met de medewerkers en hun vertegenwoordigers. Wij verwachten van de managers dat

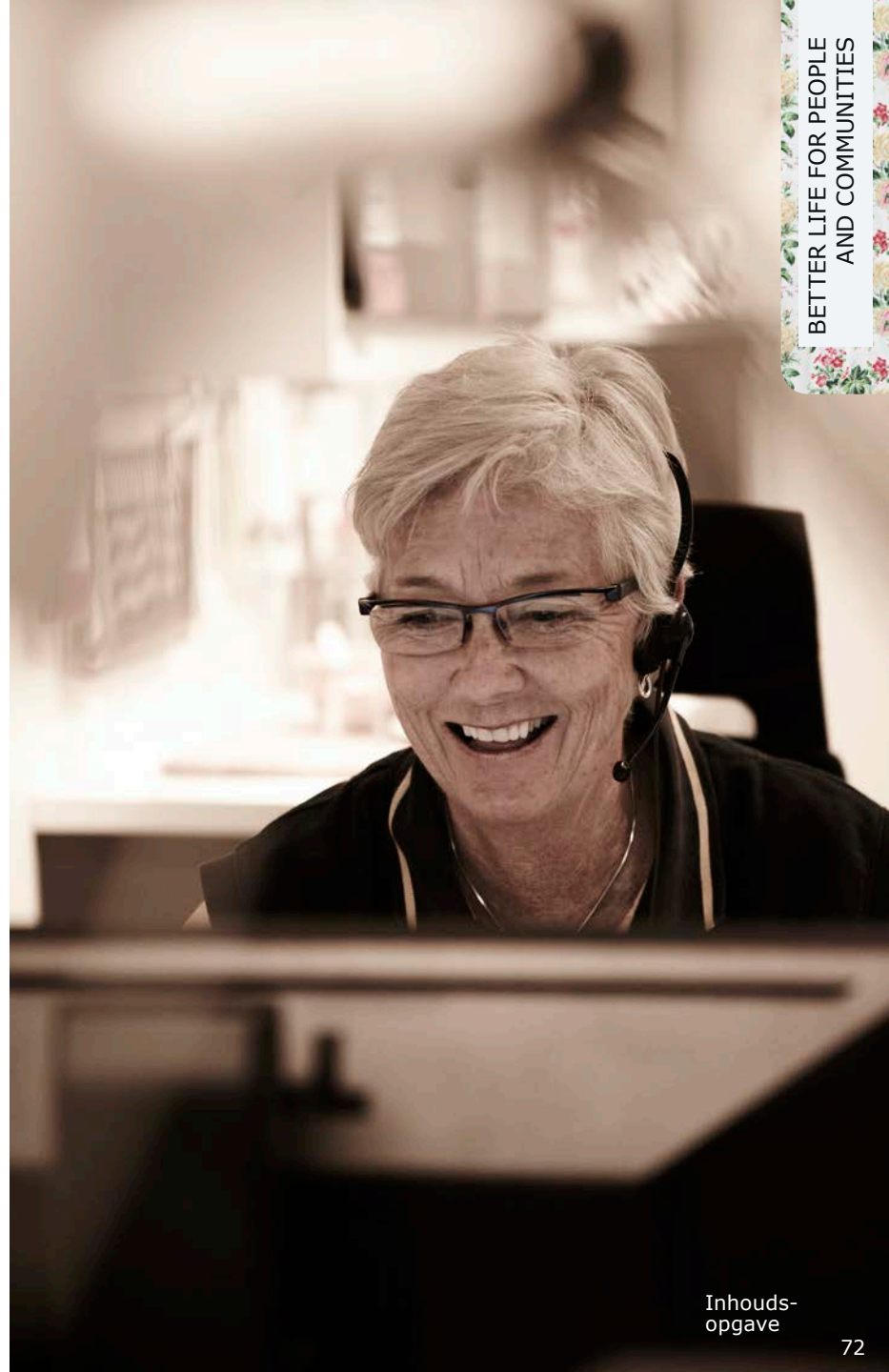
zij zich proactief inzetten voor de betrekkingen met de medewerkers.

Onze peiling VOICE, die door een onafhankelijke organisatie wordt verzorgd, geeft ons de kans om de meningen van de medewerkers beter te begrijpen, te beoordelen hoe betrokken zij zich voelen bij hun werk, en domeinen te identificeren waarin wij het beter kunnen doen. De peiling wordt elk jaar bij verschillende delen van het bedrijf gehouden. Elke unit neemt ten minste om de twee jaar deel. In FY12 werden 72.000 medewerkers gepeild. De resultaten worden met de unit managers gedeeld en we stellen actieplannen op voor de domeinen met een minder goede score.

Wij gebruiken de resultaten om scores te berekenen voor een algemene index en voor een leiderschapsindex, die we toepassen om de prestaties van de leiders van IKEA te beoordelen. In FY12 was het algemene resultaat 712 op 1.000 (716 in FY11) en bedroeg de leiderschap-score 74 (74 in FY11). Een resultaat van 700 of meer wordt door de organisatie die de peiling uitvoert als "uitstekend" gedefinieerd.

Resultaat van VOICE

	FY08	FY09	FY10	FY11	FY12	Goal FY15
Algemeen resultaat van VOICE	646	663	659	716	712	700
Resultaat voor de leiderschaps-index	72	73	73	74	74	75



Mensenrechten bij IKEA

Onze visie “een beter dagelijks bestaan voor zoveel mogelijk mensen” geldt niet alleen voor onze medewerkers en klanten maar ook voor de medewerkers van onze leveranciers en voor de gemeenschappen waarin zij leven.

Wij willen een positieve impact hebben op het dagelijkse bestaan van de mensen. Wij steunen en respecteren de mensenrechten overal waar wij via ons bedrijf invloed kunnen uitoefenen. Dat kan een uitdaging zijn, want wij werken en bevoorraden ons in landen waar de praktijken en de waarden kunnen verschillen.

Er bestaat nu eindelijk een wereldwijde norm die bedrijven helpt om de mensenrechten te begrijpen en ze te verdedigen. Wij verwelkomen de in 2011 gelanceerde United Nations Guiding Principles on Business and Human Rights. Wij zullen de principes in heel onze waardeketen bevorderen.

De mensenrechten zijn opgenomen in IWAY, onze gedragscode voor leveranciers, die wereldwijd van kracht is (pagina 75) en in onze waarden en ons personeelsbeleid. Maar er moet nog altijd meer gebeuren.

Wij zullen in FY13 een werkgroep voor de mensenrechten starten, met mensen uit verschillende delen van IKEA. De werkgroep zal onze beleidsregels, onze oplei-

dingen en onze due diligence-processen onder de loep nemen. Ze zal manieren zoeken om onze werking te verbeteren en ervoor te zorgen dat wij over de systemen beschikken om onze doelstellingen te bereiken. Wij zullen een holistische benadering kiezen en met externe partners samenwerken om in het geheel van onze waardeketen de mensenrechten te bevorderen.

Kinderen en mensenrechten

Wij vinden dat kinderen de belangrijkste mensen van de planeet zijn. In alles wat wij doen, moeten we altijd het beste belang van de kinderen in gedachten houden.

Onze benadering van de kinderrechten geldt voor het geheel van ons bedrijf. Wij willen dat onze producten en woonwarenhuizen veilig en goed zijn voor kinderen. Wij ontwikkelen ons IKEA Kinderland assortiment om kinderen te inspireren en hun ontwikkeling te steunen.

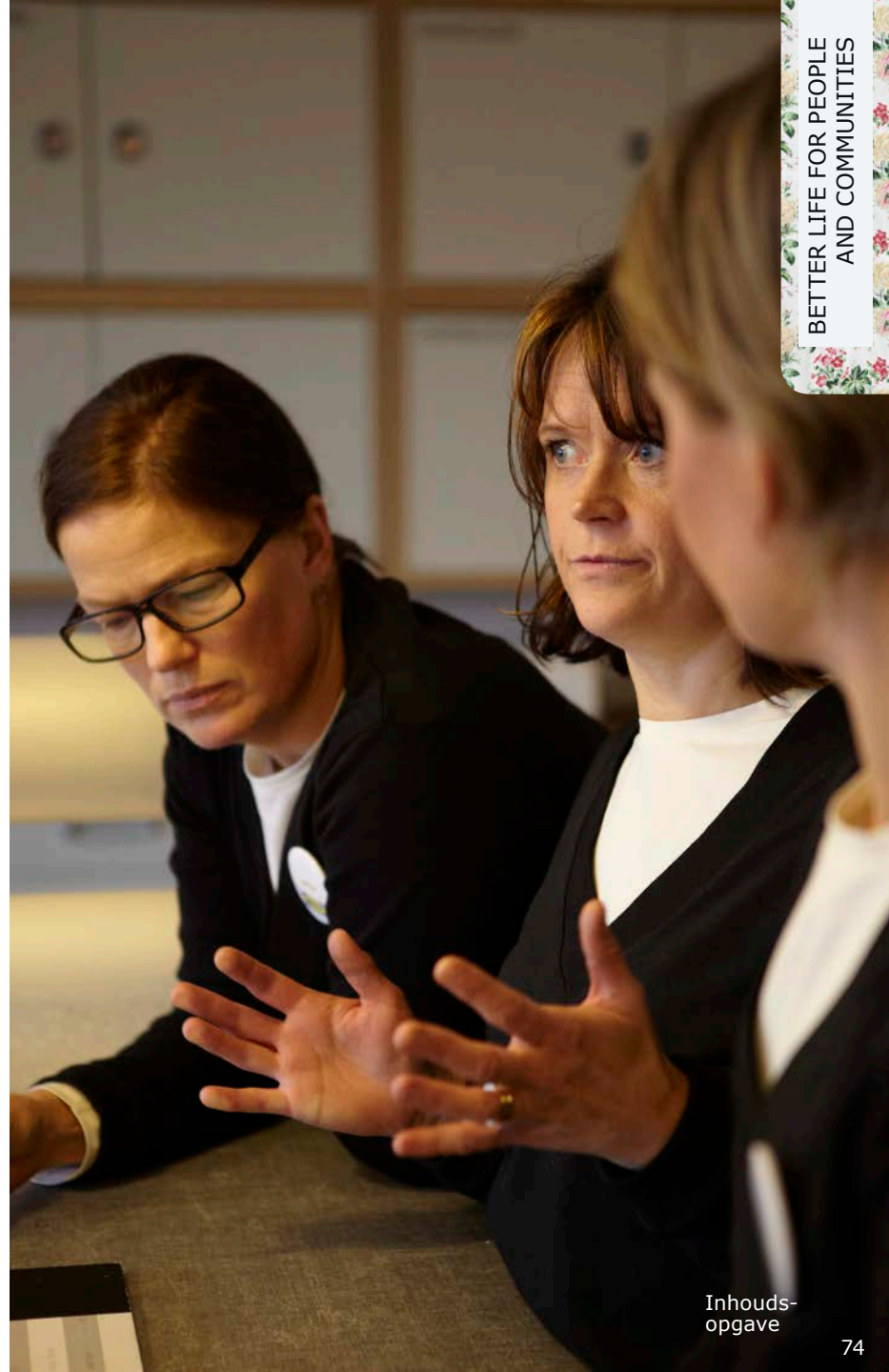
IKEA werkt sinds 1994 aan de problematiek van kinderarbeid en de bevordering van de rechten van het kind. Wij hebben samengewerkt met Save the Children en met UNICEF en beide organisaties hebben bijdragen aan de ontwikkeling van de norm voor kinderarbeid van IWAY, de IKEA Way on Preventing Child Labour (2000). Ons werk met UNICEF en Save the Children is in grote mate gericht op de ontwikkeling van benaderingen voor de preventie en de eliminatie van kinderarbeid die op volledige sectoren kunnen worden toegepast, bijvoorbeeld op de sector

van de katoenteelt. Wij hebben ook (rechtstreeks en nu via de IKEA Foundation) programma's gefinancierd die verder gaan dan de toeleveringsketen en die het onderwijs en het welzijn van de kinderen en een betere levenskwaliteit voor hun gezinnen bevorderen.

Wij steunen de Children's Rights and Business Principles die in maart 2012 door UNICEF, UN Global Compact en Save the Children werden gelanceerd. Wij hebben bijgedragen aan hun ontwikkeling, door onze inzichten te delen in de praktische aspecten van de bevordering van de kinderrechten. De richtlijnen vormen een volledig kader dat ons helpt om onze impact op het welzijn van de kinderen beter te begrijpen, onze inspanningen voor het kinderbewzijn te verbeteren en elke negatieve weerslag van ons bedrijf op kinderen te voorkomen.

People & Planet Positive – nieuwe doelstellingen

- Met de United Nations Guiding Principles on Business and Human Rights als uitgangspunt zullen wij ons inspannen om hun implementatie in onze waardeketen te bevorderen
- Wij zullen de Children's Rights and Business Principles gebruiken om ons in heel het bedrijf nog beter in te zetten voor de bescherming van de kinderrechten, van de toeleveringsketen tot de productontwikkeling. Wij zullen optreden als pleitbezorgers voor de kinderen en hun stem laten horen



De beste plaatsen om te werken - leveranciers

FY12 in een oogopslag

- Op het einde van FY12 moest 100% van de leveranciers van woonproducten, componenten en goederenvervoer en alle globale leveranciers van voeding aan de IWAY norm (onze gedragscode voor leveranciers) voldoen; als de leveranciers niet voldeden, werd de relatie binnen een periode van vijf maanden beëindigd⁵
- Wij hebben meer dan 1.000 IWAY audits uitgevoerd, 700 ervan onaangekondigd
- Wij zijn begonnen met de toetsing van de onderleveranciers aan de "IWAY Musts"

People & Planet Positive – nieuwe doelstellingen

- Tegen het einde van FY15 zullen alle leveranciers van IKEA (binnen de scope van IWAY) aan onze gedragscode IWAY voldoen. IWAY zal doorlopend worden geëvalueerd en versterkt.

Wij hebben duizenden leveranciers in meer dan 50 landen. Ongeveer 600.000 mensen werken voor bedrijven die rechtstreeks aan IKEA leveren. Wij willen dat al die mensen in goede sociale en milieumomstandigheden werken.

Daarom hebben wij IWAY ingevoerd, de IKEA Way on Purchasing Products, Materials and Services. Deze gedragscode voor de leveranciers van IKEA geldt voor alle leveranciers van woonproducten. IWAY is in 2000 van start gegaan voor de leveranciers van woonproducten. Sindsdien hebben wij de gedragscode bijgewerkt en versterkt en blijven wij ze uitbreiden naar andere categorieën van leveranciers. Door relaties op lange termijn met de leveranciers op te bouwen, kunnen wij een positieve invloed hebben op het bestaan van mensen in heel onze waardeketen. Met meer dan 50% van onze leveranciers werken wij al langer dan vijf jaar samen. Ons werk met de leveranciers heeft tot nu toe duizenden geauditeerde verbeteringen van de arbeidsvoorwaarden in onze toeleveringsketen opgeleverd.

Dit gedeelte beschrijft onze benadering om een beter bestaan te verzekeren voor de mensen in onze toeleveringsketen, hoe wij de omstandigheden bij onderleveranciers beïnvloeden en hoe wij de naleving van onze normen auditeren en verifiëren. Wij werken ook samen met de leveranciers om de milieu-impact in de toeleveringsketen te beperken ([pagina 58](#)).

⁵ Wij werken in China met de leveranciers om de werkweek tot 49 uren te beperken. Als tussentijdse stap kunnen leveranciers door IWAY worden goedgekeurd als de werkweek niet langer dan 60 uren duurt, overwerk inbegrepen.

Leveranciers per categorie (aantal leveranciers)

Woonproducten	1084
IKEA Food (globale leveranciers)	70
IKEA Food (nationale leveranciers)	600
IKEA catalogus	32
Indirecte materiaaldiensten	769
Transportdiensten - land en oceaan	230
Transportdiensten- klantenbe-zorging	120

Top 5 aankooplanden voor woonproducten (%)

Land	% van het totaal
China	22
Polen	18
Italië	8
Zweden	5
Litouwen	4

IWAY – De weg van IKEA voor zijn leveranciers

- Geldt voor alle rechtstreekse leveranciers van woonproducten, bepaalde andere categorieën van leveranciers en geselecteerde onderleveranciers. De rechtstreekse leveranciers moeten IWAY meedelen aan hun onderleveranciers.
- Eist dat de leveranciers de mensenrechten eerbiedigen, de rechten van de arbeiders beschermen, zich aan de wettelijke voorschriften voor de werkuren houden, de werknemer volgens de wettelijke vereisten betalen, het milieu beschermen en de plaatselijke wetten en reglementen naleven
- Bevat bijkomende specifieke vereisten voor verschillende soorten leveranciers, waaronder de leveranciers van catalogi, voeding, transport en hout.
- Omvat de "IWAY Musts", een reeks basiseisen die elke nieuwe leverancier moet eerbiedigen voor wij zaken met hem doen. Ze hebben onder meer betrekking op de preventie van kinderarbeid en dwangarbeid, de preventie van ernstige milieuvervuiling en veiligheidsrisico's, de registratie van de werkuren en de lonen, de regeling van sociale zekerheid voor de werknemers.
- Eist dat de werknemers niet langer dan 60 uren werken, overwerk inbegrepen, of de wettelijke limiet van hun land niet overschrijden als die korter is. De enige uitzondering is China, waar veel langere uren algemeen gangbaar zijn. IKEA eist voorlopig dat de Chinese leveranciers de werkweek beperken tot 60 uren, overwerk inbegrepen. Dit is een tussentijdse stap naar ons doel van een 49-urenweek bij de Chinese leveranciers, overwerk inbegrepen. Wij zijn evenmin in staat om in China en Vietnam alle eisen van IWAY met betrekking tot de vrijheid van vereniging af te dwingen, vanwege wettelijke beperkingen in deze landen.

De volledige tekst van IWAY is te vinden op www.ikea.com

IWAY governance

De eisen van IWAY worden bepaald door onze IWAY Council en zijn gebaseerd op verdragen van de Verenigde Naties en de Internationale Arbeidsorganisatie. Verscheidene functies in en buiten IKEA delen de eisen mee aan de leveranciers, helpen hen om eraan te voldoen en controleren met audits of zij ze naleven.

Functie	Rol
IWAY Council	<ul style="list-style-type: none"> • Algemene verantwoordelijkheid voor IWAY • Bespreekt en treft maatregelen voor aspecten van de toeleveringsketen met hoog risico • Keurt de documenten van IWAY goed • Samengesteld uit de Chief Executive Officer van IKEA en drie andere leden van het uitvoerend management (Chief Sustainability Officer, Supply Chain Manager en Corporate Communications Manager)
IWAY Council Working Committee	<ul style="list-style-type: none"> • Operationele verantwoordelijkheid voor IWAY • Ontwikkelt de gedragscode en de richtlijnen van IWAY • Evalueert de auditresultaten • Verduidelijkt de normen van IWAY en lost betwistingen van auditresultaten op • Algemene verantwoordelijkheid voor de opleiding van de auditors van IWAY
Auditors van IKEA	<ul style="list-style-type: none"> • Voeren aangekondigde en onaangekondigde leveranciersaudits uit • Evalueren de door de leveranciers ingediende actieplannen in het geval van afwijkingen • Voeren opvolgaudits uit
Regionale handelskantoren (lokale producten en diensten)	<ul style="list-style-type: none"> • Medewerkers in de regionale handelskantoren hebben regelmatige contacten met leveranciers in hun regio en bezoeken geregeld fabrieken • Helpen de leveranciers om de eisen te begrijpen en eraan te voldoen
Compliance and Monitoring Group (CMG)	<ul style="list-style-type: none"> • Onafhankelijk van de auditors van IKEA en de business units • Verzekert dat de medewerkers van IKEA in hun transacties met de leveranciers het beleid en de processen van IWAY volgen • Voert audits uit om na te gaan dat de beoordelingen door de auditors van IKEA globaal consistent zijn en dat de resultaten kloppen • Ondersteunt de opleiding en de ontwikkeling van de auditors van IKEA • Rapporteert de auditresultaten aan de IWAY Council
Externe auditors	<ul style="list-style-type: none"> • Onafhankelijk van IKEA • Verifiëren de auditresultaten van IKEA • Voeren onaangekondigde audits en kalibratie-audits uit • Rapporteren de resultaten aan de Compliance and Monitoring Group (CMG)

Wij werken in verscheidene stappen met de leveranciers om de naleving van IWAY te verzekeren:

Traject van de leverancier van woonproducten bij IKEA

Stap 1	<ul style="list-style-type: none"> • Een potentiële nieuwe leverancier wordt geïdentificeerd • Voor wij met hem samenwerken, moet de leverancier aan basis-eisen met betrekking tot de arbeidsvoorwaarden en de milieubescherming voldoen • De nieuwe leverancier wordt opgenomen in de toeleveringsketen van IKEA
Stap 2	<ul style="list-style-type: none"> • Na maximaal 12 maanden moet de nieuwe leverancier aan alle eisen van de IWAY gedragscode voor leveranciers voldoen • De naleving van IWAY wordt door een audit ter plaatse geverifieerd • Als hij aan alle eisen voldoet, wordt de leverancier goedgekeurd
Stap 3	<ul style="list-style-type: none"> • Minstens om de twee jaar wordt een opvolgaudit uitgevoerd. De audits kunnen met of zonder aankondiging gebeuren • Leveranciers in regio's met hoog risico, waaronder Zuid-Azië en Zuidoost-Azië, worden elk jaar geaudit • De audits worden uitgevoerd door interne auditors van IKEA. De verificatie wordt verzekerd door de Compliance Monitoring Group en externe auditors
Stap 4	<ul style="list-style-type: none"> • Als opvolgaudits afwijkingen bij de door IWAY goedgekeurde leverancier aantonen, wordt een actieplan met de leverancier overeengekomen • Als de leverancier op eender welk ogenblik niet aan de "IWAY Musts" voldoet, worden de leveringen onmiddellijk stopgezet en worden verbeteringsmaatregelen getroffen • Als de leverancier volgens de opvolgaudit van andere eisen van IWAY afwijkt, heeft hij 90 dagen om de problemen op te lossen. Als de leverancier binnen deze termijn niet alle afwijkingen oplost, wordt de relatie stopgezet

Vooruitgang in FY12

Op het einde van FY12 moesten alle leveranciers van woonproducten, IKEA Components (IKEA C) en transport over land en over de oceaan, en alle globale voedingsleveranciers aan de IWAY norm voldoen; als de leveranciers niet voldeden, werd de relatie binnen een periode van vijf maanden beëindigd. 117 nieuwe leveranciers hadden tot 12 maanden om goedgekeurd te worden. Voor leveranciers in China is een maximale werkweek van 60 uren toelaatbaar. De leveranciers met wie de relatie op het einde van FY12 werd beëindigd, vertegenwoordigden 4% van de leveranciers van woonproducten, de globale leveranciers van voeding en de leveranciers van transport.

Het verkrijgen van de IWAY goedkeuring is een belangrijke stap voorwaarts. Wij werken in het volledige proces samen met de leveranciers, communiceren de eisen van IWAY duidelijk en helpen de leveranciers om hun maatschappelijke en milieunormen te verbeteren. De meest courante waarin de audits afwijkingen van IWAY identificeerden, waren: werkuren en overwerk; veiligheidsvoorschriften; opslag, transport en behandeling van afval; lonen; vluchtroutes en nooduitgangen. De leveranciers hebben grote inspanningen geleverd om deze problemen op te lossen en aan de eisen van IWAY te voldoen. Helaas voldeden op het einde van FY12 niet alle leveranciers aan de eisen van IWAY en moesten wij de samenwerking met ongeveer 70 leveranciers stopzetten. De domeinen waarin werd afgeweken van IWAY waren de werkuren, een vrije dag op zeven en sociale zekerheid.

Het komt er nu op aan de naleving van IWAY in stand te houden. Wij willen dat onze leveranciers onze inzet voor een duurzame werking delen en dat zij hun verantwoordelijkheid om goede werkplekken aan te bieden blijven opnemen.

Wij auditeren ook bepaalde delen van onze eigen activiteiten op de naleving van IWAY, zoals de distributiecentra, IKEA C, Swedspan en Swedwood. In FY12 voldeden de distributiecentra, IKEA C en Swedwood volledig aan de IWAY norm. Vier van de vijf units van Swedspan kregen de IWAY goedkeuring. Een unit voldeed niet aan de eisen van IWAY op het vlak van de verlichting. Wij zullen het verlichtingssysteem upgraden naar een efficiëntere commerciële ledverlichting.

IKEA C bevoorraadt de leveranciers en onderleveranciers van IKEA met componenten en materialen die voor de woonproducten van IKEA worden gebruikt. Alle

Leveranciers van niet-woonproducten die tegen het einde van FY15 zullen goedgekeurd zijn door IWAY:

- Leveranciers van klantenbezorging
- Leveranciers met hoger risico van indirecte materialen en diensten (IKEA Indirect Material and Services, IMS) (leveranciers van materialen en diensten die niet voor producten van IKEA worden gebruikt)
- Leveranciers met hoger risico van lokale diensten aan woonwinkels (beveiliging, schoonmaak, afvalopruiming)
- Nationale en lokale leveranciers van voeding
- Catalogusleveranciers

leveranciers van IKEA C hebben de IWAY goedkeuring. Dit betekent dat de goedkeuringsgraad hoger is voor leveranciers die anders onderleveranciers zouden zijn van leveranciers van woonproducten van IKEA, en die buiten de huidige scope van IWAY zouden vallen.

Wij werken aan de IWAY goedkeuring van andere soorten van leveranciers. Tegen het einde van FY15 zullen de leveranciers in China aan de eis van een werkweek van 49 uren moeten voldoen, overwerk inbegrepen, in plaats van de huidige werkweek van 60 uren.

Leveranciers van woonproducten

Door IWAY goedgekeurde leveranciers van woonproducten*, %

	FY08	FY09	FY10	FY11	FY12
Europa	80	79	89	90	100
Amerika's	91	83	85	94	100
Azië, totaal	21	22	26	41	92
China	7	7	7	30**	90**
Zuid-Azië	34	41	62	65	93
Zuidoost-Azië	63	65	68	65	97
Alle regio's	54	52	57	67**	96***

* De gegevens voor de leveranciers van woonproducten omvatten de fabrieken van Swedwood.

** Goedgekeurd met een maximale werkweek van 60 uren.

*** Met uitzondering van 117 nieuwe leveranciers die tot 12 maanden hebben om goedgekeurd te worden. Omvat de leveranciers bij wie een afwijking werd vastgesteld en die 90 dagen hebben gekregen om de afwijking te corrigeren.

Andere cijfers

	FY08	FY09	FY10	FY11	FY12
Aantal IWAY audits/onaangekondigde audits					
Europa	480/21	375/70	365/29	341/144	348/198
Amerikas	31/0	29/2	29/1	26/12	31/15
Azië	693/359	646/451	645/501	626/55	607/517
Totaal	1.204/380	1.049/523	1.039/531	993/711	986/730
Aantal kalibratie-audits door de IKEA Compliance and Monitoring Group					
Europa	20	19	21	24	19
Amerikas	2	2	2	3	2
Azië	24	22	32	25	29
Totaal	46	43	55	52	50
Aantal externe audits (onaangekondigd)					
Europa	17	15	12	12	9
Amerikas	0	0	0	0	2
Azië	29	30	35	32	45
Totaal	46*	45	47	47	56
Beëindigde relaties, aantal leveranciers					
Wegens inbreuk op IWAY	20	10	10	8	47
Wegens inbreuk en andere redenen	28	43	17	11	25
Aantal externe audits op kinderarbeid					
Totaal	435	365	365	370	365

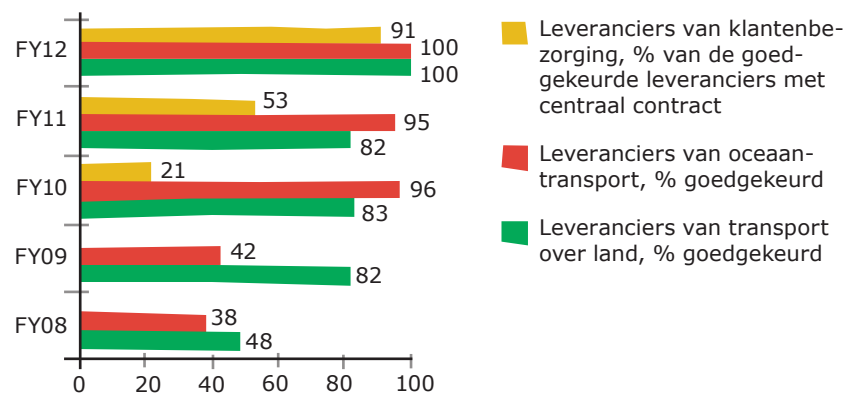
* In FY08 waren 31 van de 46 externe audits niet aangekondigd.

Transportleveranciers

Ongeveer 230 leveranciers vervoeren onze producten over land en over de oceaan. Wij hebben in FY12 ons doel van 100% IWAY goedkeuring voor deze leveranciers bereikt. Wij hebben de relatie met 8% van onze leveranciers stopgezet omdat zij zich niet aan de eisen van IWAY hielden. Ervoor zorgen dat de transportleveranciers moderne, brandstofefficiënte vrachtwagens met een lagere uitstoot gebruiken, is een van de grootste uitdagingen.

Wij hebben een significante vooruitgang geboekt in de IWAY goedkeuring van leveranciers die producten bij de klanten bezorgen. Het percentage IWAY goedkeuringen steeg in FY12 naar 91%, beter dan ons streefdoel van 75%. Dit geldt voor de bedrijven voor klantenbezorging die centraal door IKEA onder contract worden genomen, ongeveer de helft van het totaal.

IWAY goedkeuring van transportleveranciers

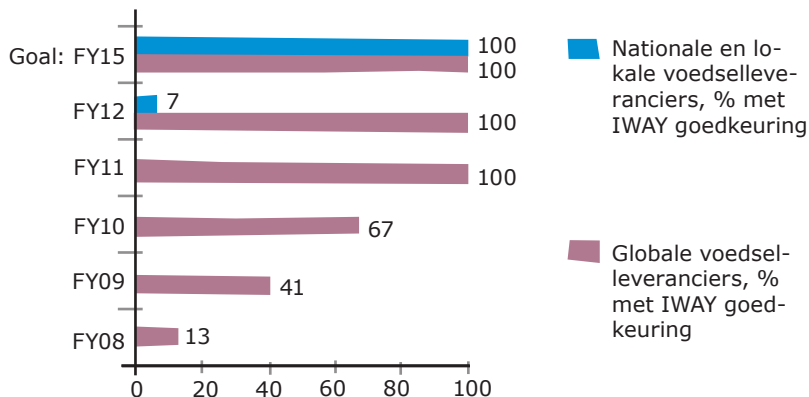


Voedselleveranciers

De bedrijven die de ingrediënten leveren voor de Zweedse menu's van onze restaurants en het voedingsassortiment van de Zweedse shops (globale voedselleveranciers) bleven onze IWAY leveranciersnormen zeer goed naleven.

In FY10 hebben wij onze IWAY voedselnormen uitgebreid naar de nationale en lokale leveranciers, die de lokale menu's in onze restaurants verzorgen. In FY12 zijn wij begonnen met de audits van deze leveranciers. Uit de audits bleek een hoog niveau van naleving. Wij hebben in FY12 minder audits uitgevoerd dan gepland. Om dit te corrigeren, zullen wij in FY13 voor meer opleidingen en ondersteuning zorgen, zodat onze nationale voedselaankopers meer nationale voedselleveranciers kunnen auditeren.

IWAY goedkeuring van voedselleveranciers



Sommige landen kopen voedsel indirect aan, via groothandelaren. Wij zijn van plan om op termijn de scope van IWAY naar deze leveranciers uit te breiden.

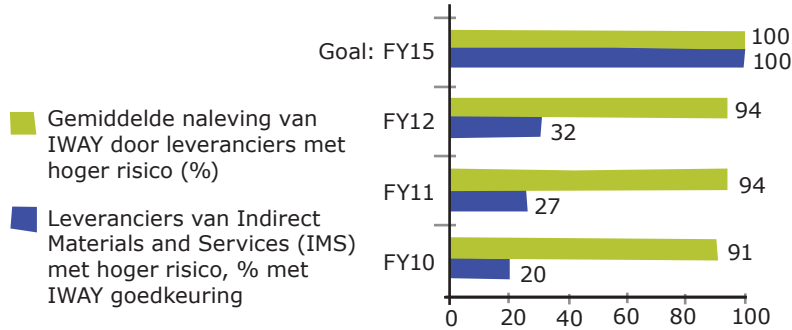
IKEA Indirect Material and Services

IKEA Indirect Material and Services (IKEA IMS) is verantwoordelijk voor de aankoop en de levering van niet-woonproducten en van de diensten die wij voor onze werking nodig hebben. Het koopt bijvoorbeeld uitrusting voor de woonwinkels, zoals vorkheftrucks, medewerkersuniformen, winkelwagentjes, rekken en verlichting, of diensten zoals beveiliging, afvalopruiming, schoonmaak en IT-oplossingen.

De IWAY audits van IKEA IMS zijn gericht op leveranciers met een hoger risico van afwijkingen tegenover IWAY, zoals leveranciers van verlichting voor de woonwinkels, schoonmaakdiensten en diensten voor afvalopruiming.

Het aantal leveranciers van IKEA IMS met IWAY goedkeuring kende in FY12 een lichte stijging. De gemiddelde naleving van IWAY door deze leveranciers bedroeg 94%. De grootste uitdagingen voor de naleving van IWAY waren een onvoldoende documentatie, inbreuken op de normen voor de brandveiligheid en werkuren in China. Er zijn meer audits nodig, samen met andere activiteiten om de ontwikkeling van de leveranciers te steunen. Wij vergroten onze capaciteit om dit doel te bereiken.

IWAY goedkeuring van leveranciers van IKEA Indirect Material and Services



Onze woonwarenhuizen doen ook voor diverse diensten een direct beroep op lokale en nationale leveranciers. In FY12 zijn wij begonnen met de audits van lokale leveranciers van beveiligings-, schoonmaak- en afvaldiensten. Wij hebben in FY12 35 audits uitgevoerd en mikken tegen FY15 op 100% IWAY goedkeuring.

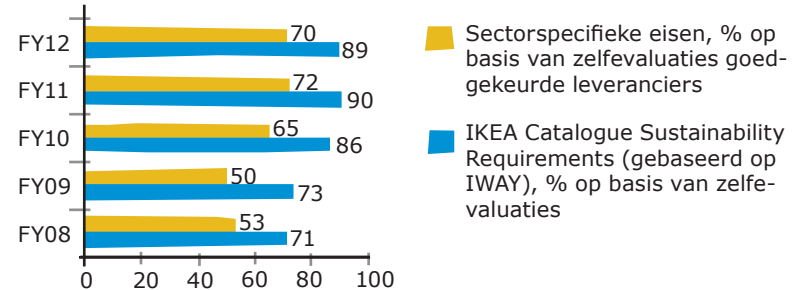
Catalogusleveranciers

Leveranciers van de IKEA catalogus worden niet aan IWAY getoetst omdat de catalogus wordt geproduceerd door Inter IKEA Systems, de eigenaar van het IKEA Concept en de wereldwijde franchisegever van IKEA. In plaats daarvan moeten de catalogusleveranciers voldoen aan de duurzaamheidseisen voor de IKEA catalogus (IKEA Catalogue Sustainability Requirements). Deze eisen zijn gebaseerd op IWAY en op sectorspecifieke normen met betrekking tot het papier, de illustraties en het drukwerk. Inter IKEA Systems controleert de naleving van de eisen aan de hand van peilingen met zelf-

evaluatie van de leveranciers. Indien nodig worden er ook audits ter plaatse uitgevoerd.

De resultaten worden dan door onze aankopers gebruikt om de leveranciers te selecteren. In FY14 zullen de catalogusleveranciers worden opgenomen in het auditprogramma van de IKEA Groep en zullen ze aan IWAY worden getoetst. Zie [pagina 64](#) voor informatie over de milieuprestaties van de catalogusleveranciers.

Goedkeuring van catalogusleveranciers



Swedwood en Swedspan

Twee bedrijven in volledige eigendom van de IKEA Industry Group – Swedwood en Swedspan – leveren plaatmateriaal en meubels aan andere domeinen van IKEA. Beide eenheden beginnen IWAY in hun toeleveringsketen toe te passen.

In FY12 heeft Swedwood 24 leveranciersaudits uitgevoerd in negen landen. 18 leveranciers kregen de IWAY goedkeuring. Swedwood heeft actieplannen afgesproken met leveranciers bij wie afwijkingen werden vastgesteld. Voor het met een rechtstreekse leverancier samenwerkt,

eist Swedspan een verklaring van de leverancier dat hij IWAY zal naleven. Swedspan identificeert de meest kritieke leveranciers die aan de eisen van IWAY zullen worden getoetst.

Onderzoek naar aankooppraktijken in de voormalige DDR

In FY12 werden aantijgingen gedaan over het gebruik van politieke gevangenen door leveranciers van IKEA in de voormalige DDR, in de jaren 1970 en 1980. Wij hebben Ernst & Young gevraagd een onafhankelijk onderzoek uit te voeren. Hieruit bleek dat politieke gevangenen betrokken waren bij delen van productie-units die aan IKEA leverden, en dat onvoldoende maatregelen waren genomen om het gebruik van dergelijke arbeid te voorkomen. Dit was en is onaanvaardbaar voor IKEA. Wij hebben een samenvatting van de bevindingen gepubliceerd en zullen samenwerken met de slachtofferorganisatie in Duitsland. IWAY en onze huidige werkmethoden beperken het risico dat dergelijke voorvallen zich vandaag zouden herhalen.

Werking met onderleveranciers

Wij schatten dat meer dan 2 miljoen mensen bij de waardeketen van IKEA betrokken zijn, meestal voor de productie van grondstoffen. Sommige van de grootste uitdagingen in onze waardeketen liggen niet bij de rechtstreekse leveranciers van IKEA maar bij de onderleveranciers. Ze houden vooral verband met de ontginning of

de productie van grondstoffen. Onze rechtstreekse leveranciers moeten de IWAY gedragscode meedelen aan de onderleveranciers en wij helpen hen daarbij.

Wij zijn begonnen met systematische tracerings van de onderleveranciers in onze toeleveringsketen, de verzameling van gegevens over hun naleving van IWAY, het begrip van de uitdagingen waarmee zij worden geconfronteerd, en hun opvolging met audits. Dit is een zeer omvangrijk werk. Wij concentreren ons op de onderleveranciers die wij als "kritiek" beschouwen, omdat zij processen met een hoger risico uitvoeren of op locaties met een hoger risico gevestigd zijn. Wij schatten dat er ettelijke duizenden kritieke onderleveranciers zijn. Wij willen dat de rechtstreekse leveranciers tegen het einde van FY13 de naleving van de "IWAY Musts" door hun kritieke onderleveranciers verzekeren, behalve in China, waar wij dat doel in FY14 willen bereiken.

Wij hebben in FY12 een globaal online Sub-Supplier Tracking System (systeem voor de tracerings van de onderleveranciers) geïmplementeerd. Onze leveranciers moeten de subleveranciers in dit systeem registreren. Wij geven richtlijnen over welke onderleveranciers kritiek zijn met betrekking tot de naleving van de "IWAY Musts", en bieden opleiding voor de implementatie van de "IWAY Musts" bij de onderleveranciers.

De naleving voorbij

Het bereiken van de IWAY goedkeuring van de leveranciers van woonproducten, globaal voedsel en transport zal niet volstaan. De uitdaging bestaat erin de leveranciers te blijven ondersteunen om de naleving in stand te houden en de praktijken verder te verbeteren. Wij werken al met leveranciers voorbij de IWAY naleving, om een ruimere economische, ecologische en maatschappelijke ontwikkeling te ondersteunen.

Wij werken bijvoorbeeld met leveranciers in Zuid-Azië om betere voorzieningen voor kinderopvang in te voeren en de maaltijden van de arbeiders in de kantines voedzamer te maken. Wij hebben in FY12 een project voortgezet om meer werknemers via bankrekeningen in plaats van in contanten te betalen. Dit maakt de lonen transparanter en geeft de werknemers de mogelijkheid om hun geld veilig te houden, hun gezinsbudget te beheersen, te sparen en op termijn uit de armoede te ontsnappen. Momenteel wordt bijna 40% van de werknemers in onze toeleveringsketen in Zuid-Azië via bankrekeningen betaald.



Sterke gemeenschappen

Wij willen een leidersrol spelen om de mensen en gemeenschappen die door ons bedrijf worden beïnvloed een beter bestaan te geven. Dat maakt deel uit van onze visie “een beter bestaan voor zoveel mogelijk mensen”.

Op een lokaal vlak willen de woonwarenhuizen van IKEA goede burens zijn, met liefdadigheidsorganisaties samenwerken en medewerkers en klanten betrekken.

Op een globaal vlak schept de IKEA Foundation geweldige kansen voor kinderen in de ontwikkelingswereld die in armoede leven.

FY12 in een oogopslag

- Wij werken al meer dan 10 jaar samen met UNICEF India en bereiken zo 74 miljoen kinderen
- Wij hebben 82 miljoen euro geschonken, een stijging met 26% tegenover 2011
- Medewerkers en klanten hebben met de campagne Knuffels voor Onderwijs 12,4 miljoen euro ingezameld

De IKEA Foundation, een in Nederland geregistreerde liefdadigheidsorganisatie, schenkt elk jaar tientallen miljoenen euro's aan goede werken, met fondsen die op de winst van IKEA worden ingehouden. De IKEA Foundation schenkt ook producten van IKEA en organiseert workshops met agentschappen van de VN en non-profitorganisaties, om de kennis en de vaardigheden van de medewerkers van IKEA te delen.

De IKEA Foundation

Ongeacht de omstandigheden heeft elk kind recht op een thuis, een gezonde start in het leven, goed onderwijs en een leefbaar gezinsinkomen. Om miljoenen kinderen te bereiden, steunt de IKEA Foundation programma's die grootschalige veranderingen kunnen teweegbrengen en werkt ze samen met partners als Save the Children, UNHRC en UNICEF. Deze organisaties bezitten de kennis, de capaciteit en de middelen om op wereldschaal te werken. Zo kunnen de IKEA Foundation en haar partners samen kansen scheppen voor miljoenen kinderen overal ter wereld.

De belangrijkste doelstellingen van de IKEA Foundation:

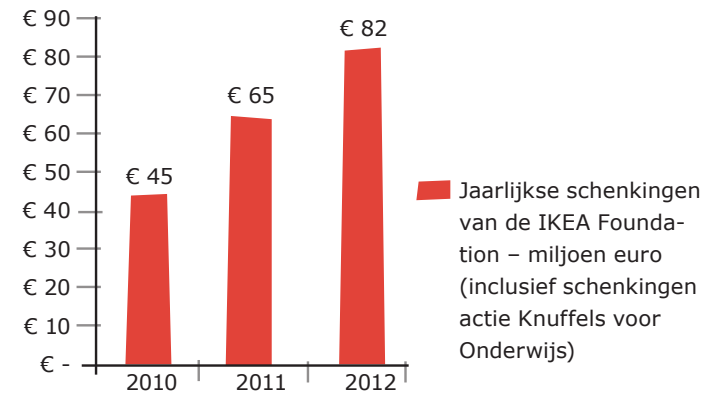
- Kinderen tegen kinderarbeid beschermen
- Kinderen van vluchtelingen een thuis geven
- Meisjes en vrouwen emanciperen

Vooruitgang in 2012

Naarmate ons bedrijf groeit, kan de IKEA Foundation meer hulp verlenen. In 2012 schonk de IKEA Foundation 82 miljoen euro⁶, een stijging met 26% tegenover 2011. Het geld werd gebruikt om 21 programmapartners te steunen. De IKEA Foundation breidde haar schenkingen voor het eerst uit naar in de VS en het Verenigd Koninkrijk gevestigde liefdadigheidsorganisaties, zoals het Clinton Access Initiative. Deze organisaties ontvingen 31 miljoen euro voor programma's in de ontwikkelingswereld.

6 Raming op basis van cijfers voor 11 maanden

Totale schenkingen van de IKEA Foundation (miljoen euro)**



*Deze gegevens houden geen rekening met het geld, de vrijwilligersuren en de producten die door de woonwinkels en andere business units van IKEA werden geschenken. De gegevens over de IKEA Foundation worden niet voor het boekjaar maar voor het kalenderjaar gegeven.

Meer dan 10 jaar in India met UNICEF

Al meer dan 10 jaar steunt de IKEA Foundation de inspanningen van UNICEF in India om een einde te maken aan kinderarbeid en arme kinderen een betere toekomst te geven. Tegen het einde van 2012 had de IKEA Foundation meer dan 100 miljoen euro aan UNICEF India geschonken en 74 miljoen kinderen bereikt.

Kinderen in gebieden waar katoen en katoenzaad wordt verbouwd, lopen een bijzonder groot risico om beroofd te worden van basisrechten zoals het recht op onderwijs. In de Indiase katoensector werken naar schatting

400.000 kinderen. Ongeveer de helft is jonger dan 14 jaar en bijna 90% gaat niet naar school.

De langdurige samenwerking tussen de IKEA Foundation en UNICEF (samen met ons partnership met Save the Children) bestrijdt de oorzaken van de kinderarbeid en vergroot het bewustzijn van het belang van onderwijs, zodat gezinnen hun kinderen op school kunnen houden.

Met de hulp van de IKEA Foundation heeft UNICEF de gezondheid, de hygiëne en het onderwijs van de Indiase kinderen verbeterd:

- 3,6 miljoen kinderen ontvangen kwaliteitsonderwijs in meer dan 18.000 scholen in zes staten
- 4,9 miljoen moeders geven hun baby's binnen het uur na de geboorte borstvoeding
- 32 miljoen woningen hebben nu een toilet
- 8.000 gemeenschapsgroepen werden gevormd om samen de kinderrechten te beschermen
- 1,1 miljoen scholen hebben nu toiletten, faciliteiten om de handen te wassen en veilig drinkwater.

De kennis van IKEA delen

De medewerkers van IKEA bezitten vaardigheden en kennis die de partners van de IKEA Foundation echt ten goede kan komen. De IKEA Foundation geeft niet alleen geld maar organiseert ook workshops voor kennisdelen, waar medewerkers van IKEA samen met mensen van de liefdadige organisaties nieuwe werkmethoden ontwikkelen. In 2012 hebben de medewerkers onder meer hun vaardigheden in het ontwerp van gebouwen, IT, kwaliteit, verpakkingen, productontwerp, aankoop en transport gedeeld in workshops met UNHCR, het Vluchtelingenagentschap van de VN.

Partners in innovatie

Sommige van de boeiendste kansen om kinderen een beter bestaan te geven, komen voort uit het vinden van een synergie tussen grote en kleine partners. Een slim

idee van een kleine innoverende organisatie kan de kiem vormen voor grote veranderingen, wanneer het door een grote organisatie met een wereldwijde invloed en impact wordt geïmplementeerd.

Zo steunde de IKEA Foundation in 2012 Refugee Housing, een Zweeds project voor het ontwerp van een nieuwe generatie tenten voor vluchtelingenkampen. De IKEA Foundation steunde ook Refugees United, een Deense non-profitorganisatie die innoverende technologieën met databases en mobiele telefonie ontwikkelt om vluchtelingen te herenigen met de familie waarvan ze gescheiden zijn geraakt. Al meer dan 165.000 vluchtelingen hebben zich geregistreerd en kunnen op zoek gaan naar hun verwanten. De IKEA Foundation heeft deze twee groepen in contact gebracht met UNHRC, om te onderzoeken of hun aanpak op grote schaal kan worden toegepast.

Hulp aan vluchtelingenkinderen zonder thuis

UNHRC vangt elk jaar in zijn kampen miljoenen kinderen en hun gezinnen op die op de vlucht zijn voor oorlog, honger of vervolging. De IKEA Foundation geeft niet alleen geld om dat werk te steunen, maar gebruikt haar vaardigheden ook om UNHRC in staat te stellen de hulp efficiënter daar te leveren waar hij het meest nodig is.

Medewerkers van IKEA hebben UNHRC getoond hoe IKEA producten ontwerpt, materialen aankoopt, producten verpakt en vervoert. Medewerkers delen hun kernvaardigheden in de fabricage van goedkope, eenvoudige en efficiënte verpakkingen en stapelbare en makkelijk te gebruiken producten. De IKEA Foundation en haar partners hebben

samen beter keukengerei ontworpen voor vluchtelingen in kampen in het Midden-Oosten en Noord-Afrika, en hebben ideeën gedeeld over hoe noodtenten plat kunnen worden verpakt om ze makkelijker te transporteren. Zo maakt de IKEA Foundation het leven van thuisloze vluchtelingenkinderen een beetje beter.

Campagnes voor de klanten en de medewerkers

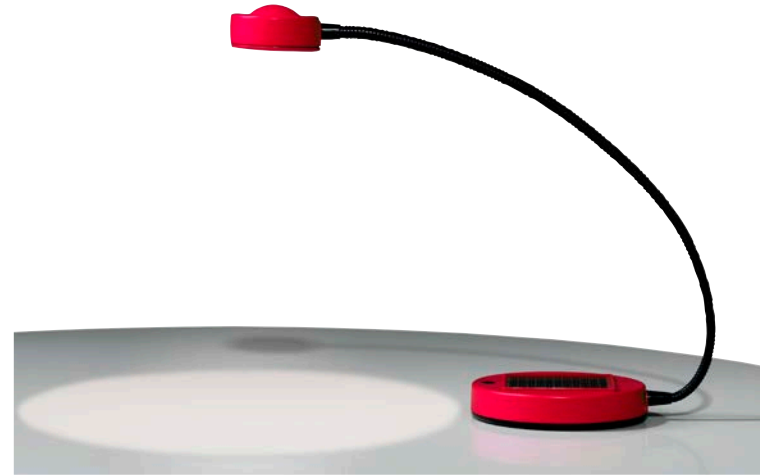
De IKEA Foundation betreft de klanten en de medewerkers via de woonwinkelhuisen van IKEA bij campagnes voor goede doelen.

Knuffels voor onderwijs

Elk jaar schenkt de IKEA Foundation in de kerstperiode een euro voor elke knuffel die in de woonwinkelhuisen van IKEA overal ter wereld wordt verkocht. Het geld gaat naar projecten van Save the Children en UNICEF voor beter onderwijs voor kinderen in Afrika, Azië en Centraal- en Oost-Europa.

In 2011 leverden de inspanningen van de medewerkers en de klanten 12,4 miljoen euro op. Sinds 2003 heeft de campagne meer dan 47,5 miljoen euro verzameld en meer dan acht miljoen kinderen aan beter onderwijs geholpen. Het programma [IWitness Global Citizens](#) van de IKEA Foundation neemt groepjes medewerkers mee naar ontwikkelingslanden, zodat ze de impact van de schenkingen zelf kunnen zien.

In FY12 namen meer dan 12 teams van medewerkers uit heel de wereld deel. Na hun terugkeer zetten de medewerkers zich vaak in voor de bewustmaking van hun collega's. Mike Martinez, een medewerker van het woonwinkelhuis van IKEA in Draper, in de Amerikaanse staat Utah, vertelt over zijn aanstaande reis: "Ik wil het verhaal niet alleen terugbrengen naar mijn medewerkers maar ook naar mijn gemeenschap. Ik wil dat de mensen zien dat hun vrijgevigheid meer heeft gedaan dan een kind dat ze kennen een speeltje geven - ze heeft een mondiale impact en ze helpt kinderen overal ter wereld."



SUNNAN lampen

In de periode 2009-2012 schonk de IKEA Foundation voor elke verkochte SUNNAN lamp op zonne-energie een lamp aan een kind in de ontwikkelingswereld dat geen vlotte toegang had tot elektriciteit. Dit driejarenprogramma vergrootte het veiligheidsgevoel na zonsondergang en stelde duizenden kinderen in ontwikkelingslanden in staat om 's avonds te lezen, te schrijven en te tekenen.

In de loop van het programma schonk de IKEA Foundation bijna 950.000 SUNNAN lampen aan kinderen in Afghanistan, Bangladesh, China, Ethiopië, India, Jordanië, Kenia, Pakistan, Tadzjikistan en Jemen.



Governance en ethiek

Governance en ethiek

Wij zijn een door waarden gedreven bedrijf, op een reis zonder einde om de leider in het leven thuis te zijn. Voor ons is het huis de belangrijkste plek op de wereld. Wij willen ons bedrijf doen groeien door ons te richten op onze klanten en onze medewerkers en hun behoeften. Omdat wij niet op de beurs genoteerd zijn, staan wij niet onder druk van aandelenkoersen en kunnen wij ons een perspectief op lange termijn veroorloven.

Onze waarden, zoals saamhorigheid, nederigheid, eenvoud, kostenbewustzijn en gezond verstand, leiden ons in ons dagelijks werk. Ze helpen ons om onze belofte waar te maken: goed ontworpen, functionele, duurzame producten maken voor de laagst mogelijke prijs. Wij verwachten dat onze managers het goede voorbeeld geven en de waarden van IKEA uitleggen en tot leven brengen.

Duurzaamheid is een hoeksteen van onze strategische oriëntatie. Ze vormt een belangrijke prioriteit en dient als katalysator voor meer innovatie en ontwikkeling bij IKEA. Spaarzaam omgaan met hulpbronnen, constant vernieuwen en ontwikkelen, zijn belangrijke onderdelen van ons concept en onze traditie als bedrijf. Als wij de generaties

van nu en morgen goede woonproducten willen blijven aanbieden, moeten wij duurzaamheid aantrekkelijk en betaalbaar maken voor onze klanten. Wij nemen duurzaamheid op in de manier waarop wij IKEA managen en besturen.



Hoe we werken

Stichting IKEA Foundation

Stichting IKEA Foundation is de filantropische arm van de Stichting INGKA Foundation. Ze financiert onder meer programma's die de kinderrechten in de ontwikkelingslanden verbeteren en de kinderen en hun gezinnen een betere toekomst geven.

Stichting INGKA Foundation

Stichting INGKA Foundation is de eigenaar van INGKA Holding B.V. De stichting houdt aandelen, herinvesteert in de IKEA Groep en financiert liefdadigheidsorganisaties via de Stichting IKEA Foundation.

Stichting IMAS Foundation

Stichting IMAS Foundation beheert de financiële activa van de Stichting INGKA.

INGKA Holding B.V.

INGKA Holding B.V. is de moedermaatschappij van de IKEA Groep. De holding ondersteunt en beheert de IKEA Groep.

De Raad van Toezicht bestaat uit: Göran Grosskopf (Voorzitter), Luisa Delgado, Lars-Johan Jarnheimer, Jonas Kamprad, Göran Lindahl, Peter Lund en Carl Wilhelm Ros. Ingvar Kamprad is senior adviseur van de raad.

Assortimentstrategie & Productontwikkeling - Toeleveringsketen

IKEA Groep

IKEA Groep Retail

IKEA Groep Industrie

IKEA Groep Staffuncties

De IKEA Groep ontvangt het IKEA retailstelsel en de IKEA methoden in franchise van Inter IKEA Systems B.V. in Nederland. Inter IKEA Systems B.V. is de eigenaar van het IKEA Concept en de wereldwijde franchisegever van IKEA.

Duurzaamheids-governance en management

Duurzaamheid is in onze managementstructuur geïntegreerd. Met de lancering van onze People & Planet Positive-strategie (pagina 11) integreren wij de duurzaamheidsprincipes nog sterker in ons dagelijks werk en in alles wat wij doen.

Onze Chief Sustainability Officer, Steve Howard, is lid van het Uitvoerend Management en rapporteert rechtstreeks aan de President en CEO van de Groep.

Duurzaamheid maakt deel uit van onze waarden en vormt een sterke prikkel voor innovatie en vernieuwing in heel IKEA. Duurzaamheid wordt als een van de hoekstenen van Growing IKEA Together (ons richtplan op lange termijn) opgenomen in de jaarlijkse businessplannen van elk deel van het bedrijf. Het uitvoerend management en de raad van bestuur ontvangen regelmatige rapporten over de vooruitgang van onze belangrijkste duurzaamheidsdoelstellingen.

Elke medewerker van IKEA moet duurzaamheid opnemen in zijn of haar dagelijks werk. Door samen te werken en altijd in elke stap betere en duurzamere oplossingen te zoeken, zijn het onze medewerkers die de grote veranderingen teweegbrengen. Hun inspanningen worden

gesteund door duurzaamheidsprofessionals in heel het bedrijf - van voeding tot retail, productontwikkeling en de industriegroep - samen met specifieke experts (bijvoorbeeld bosbouwspecialisten en IWAY auditors).

Over onze rapportering

Wij beseffen heel goed dat onze klanten, medewerkers en veel zakenpartners belangstelling hebben voor onze vooruitgang in het streven naar een duurzamer IKEA. Wij delen onze visie, onze vooruitgang en ook onze tegenslagen in onze rapportering, en verwelkomen feedback over hoe het beter kan.

De gegevens in dit verslag gelden voor het boekjaar 2012 (FY12), van 1 september 2011 tot 31 augustus 2012, tenzij anders vermeld. Het verslag bestrijkt alle bedrijven in volledige eigendom van de IKEA Groep, tenzij anders vermeld. In sommige gevallen zijn de gegevens ramingen en wordt dit vermeld in de tekst. De gegevens gelden voor de activiteiten in volledige eigendom van de IKEA Groep. Gegevens voor woonwarenhuizen van IKEA die worden uitgebaat door franchisenemers buiten de IKEA Groep worden niet gerapporteerd.

Wij kunnen geen gegevens opnemen over de fabrieken van IKEA Components, omdat een van de twee fabrieken in FY12 verhuisd is.

Swedwood en Swedspan zijn bedrijven in volledige eigendom. Hun milieugegevens zijn opgenomen in de algemene milieugegevens voor de IKEA Groep.

De gegevens voor Swedspan omvatten een nieuwe fabriek voor de productie van vezelplaat met hoge dichtheid die in FY12 operationeel werd.

In FY12 openden wij 11 nieuwe woonwinkels; ze zijn opgenomen in de scope van de rapportgegevens.

Waar het relevant is, melden wij de vooruitgang naar de streefdoelen van onze vorige duurzaamheidsstrategie. Onze strategie People & Planet Positive werd op het einde van FY12 gelanceerd. Vanaf volgend jaar zullen wij de vooruitgang naar haar streefdoelen rapporteren.

GRI en Global Compact

Onze rapportering legt de nadruk op de maatschappelijke, ecologische en economische duurzaamheidsproblemen die wij als het belangrijkste voor IKEA hebben geïdentificeerd. Bij het opstellen van dit rapport hebben wij de richtlijnen van het [Global Reporting Initiative](#) (GRI) als gids gebruikt.

Wij hebben het [United Nations Global Compact](#), ondertekend, een reeks van 10 principes met betrekking tot de mensenrechten, de arbeid, het milieu en de bestrijding van corruptie.

IKEA verbindt zich tot de tien principes van het UN Global Compact. Als ondertekenaar van het initiatief, communiceren wij over de vooruitgang van ons werk in de domeinen van de mensenrechten, de arbeidsnormen, het milieu

en de strijd tegen corruptie. De tabel op de volgende pagina toont waar onze prestaties met betrekking tot de verschillende principes in dit verslag te vinden zijn.



Verwijstabel UN Global Compact

		Plaats in het Duurzaamheidsverslag FY12 van IKEA
Mensenrechten		
Principle 1:	Bedrijven moeten de internationaal verklaarde mensenrechten steunen en respecteren; en	Mensenrechten p. 73-74
Principle 2:	verzekeren dat zij zich niet medeplichtig maken aan schendingen van de mensenrechten.	Mensenrechten p. 73-74 De beste plaatsen om te werken – leveranciers p. 75-84
Arbeidsnormen		
Principle 3:	Bedrijven moeten opkomen voor de vrijheid van vereniging en de effectieve erkenning van het recht op sociaal overleg;	Een geweldige plaats om te werken p. 71 Mensenrechten p. 73-74 De beste plaatsen om te werken – leveranciers p. 76
Principle 4:	de afschaffing van alle vormen van verplichte of gedwongen arbeid;	Mensenrechten p. 73-74 De beste plaatsen om te werken – leveranciers p. 76
Principle 5:	de effectieve afschaffing van kinderarbeid; en	Verantwoordelijk aankopen p. 32-33 Mensenrechten p. 73-74 De beste plaatsen om te werken – leveranciers p. 80 Sterke gemeenschappen p. 85-86
Principle 6:	de afschaffing van discriminatie in de tewerkstelling.	Een geweldige plaats om te werken p. 68-69 Mensenrechten p. 73-74 De beste plaatsen om te werken – leveranciers p. 76
Milieu		
Principle 7:	Bedrijven moeten milieu-uitdagingen proactief benaderen;	Hulpbronnen en energie p. 23-65
Principle 8:	initiatieven voor de bevordering van milieuverantwoordelijkheid nemen; en	Thuis duurzamer leven p. 14-22 Hulpbronnen en energie p. 23-65
Principle 9:	de ontwikkeling en verspreiding van milieuvriendelijke technologieën aanmoedigen.	Thuis duurzamer leven p. 14-22 en Energie p. 23-65
Corruptiebestrijding		
Principle 10:	Bedrijven moeten corruptie bestrijden in al haar vormen, met inbegrip van afpersing en omkoping.	Bedrijfsethiek p. 96

Met anderen werken

IKEA werkt met klanten, ondernemingen, vakbonden, ngo's, regeringen en sectororganisaties samen om onze impact in het domein van de duurzaamheid te ontwikkelen en te versterken. Door ervaringen uit te wisselen en van anderen te leren, kunnen wij meer bereiken dan alleen.

Terwijl wij naar de doelstellingen op lange termijn van onze duurzaamheidsstrategie toe werken, is het belangrijker dan ooit dat wij deelnemen aan het debat over de duurzaamheidsproblematiek, dat wij onze ervaringen delen en naar onze stakeholders luisteren en van hen leren.

Wij hebben partnerships op lange termijn om de bevoorrading met hout uit verantwoord beheerde bossen te vergroten, de normen voor de katoenteelt te verbeteren en kansen te scheppen voor kinderen in ontwikkelingslanden. Onze belangrijkste partners zijn de FSC, WWF, het Better Cotton Initiative, UNICEF, UNHRC en Save the Children.

Klanten en medewerkers betrekken

Om gestructureerde feedback van klanten te verzamelen, voert IKEA marktonderzoek door middel van de "Brand Capital" peiling, een tool die de implementatie van het concept van IKEA monitort en verbetert en op elke markt de klanttevredenheid meet. De peiling wordt eenmaal per jaar uitgevoerd. Daarnaast monitoren wij de tevredenheid van de klanten over hun IKEA woonwoning door de jaarlijkse "Customer Satisfaction

Index" peiling (CSI). De peiling levert een internationale benchmark voor onze woonwoninghuizen en zorgt ervoor dat problemen met de klanttevredenheid worden aangepakt.

De klanten van IKEA worden met campagnes en activiteiten van IKEA en onze partners aangemoedigd om aan positieve ontwikkelingen bij te dragen (zie Campagnes voor de klanten en de medewerkers, [pagina 88](#)).

Naast de constante dialoog met onze teams van medewerkers, blijven wij met onze VOICE-peiling op de hoogte van de meningen van de werknemers ([pagina 72](#)).



Bedrijfsethiek

IKEA heeft altijd een nultolerantiebeleid gevoerd voor omkoping, het gebruik van illegale drugs op de werkplek, het pesten van medewerkers en alle daden die indruisen tegen onze waarden. Onze cultuur is gebouwd op waarden als eenvoud, eerlijkheid en leiden door het voorbeeld te geven - waarden die ons sturen in alles wat wij doen.

Onze cultuur is de innerlijke kracht van IKEA, de basis van de manier waarop wij zakendoen. Daarom werven wij altijd mensen aan op basis van onze waarden. Onze visie, een beter dagelijks bestaan voor zoveel mogelijk mensen, geeft ons eindeloos veel kansen maar ook een verantwoordelijkheid voor onze impact op de wereld om ons heen.

In FY12 hebben wij onze gedragscode "Good Business with Common Sense" gelanceerd. Ze weerspiegelt onze oudere documenten, waaronder het "Testament of a Furniture Dealer" van Ingvar Kamprad en de "IKEA Values".

Elke medewerker zal in de gedragscode worden opgeleid, door middel van workshops die de gelegenheid bieden om te praten over mogelijke dilemma's, over de manier waarop wij ons in het dagelijkse werk moeten gedragen en de manier waarop de code moet worden toegepast. De code zal via ons intranet in 26 talen beschikbaar zijn.

Wij bevorderen een cultuur van inclusiviteit en moedigen de medewerkers aan om eventuele problemen te melden, zonder bang te moeten zijn voor represailles of vergelding. De medewerkers kunnen met hun manager praten, met het senior management, vertegenwoordigers van de afdeling human resources of vertegenwoordigers van de medewerkers. In FY13 zullen wij de IKEA Trust Line lanceren, een hulplijn die de medewerkers kunnen gebruiken om problemen te signaleren die niet via de normale kanalen kunnen worden opgelost.

Corruptiebestrijding

IKEA tolereert geen enkele vorm van corruptie, direct of indirect, en werkt proactief om ze te bestrijden.

Ons beleid tegen corruptie en onze gedragscode beschrijven wat mensen moeten doen wanneer ze fraude, corruptie, diefstal of ander wangedrag vermoeden. Alle leveranciers moeten een aanvaarding van dit beleid ondertekenen.

Een duidelijk beleid en een intern ethisch programma met opleidingen en workshops zijn cruciaal om het risico van ongewenst gedrag in de organisatie van IKEA tot het minimum te beperken. Wij voeren regelmatig evaluaties uit in landen overal ter wereld en pakken alle afwijkingen van ons beleid en onze richtlijnen snel en systematisch aan.

Openbaar beleid

Wij werken samen met internationale, nationale en lokale vertegenwoordigers van de overheid en beleidsmakers en trachten bij te dragen aan het wetgevende proces in domeinen die relevant zijn voor onze bedrijven en voor onze klanten. Wij hanteren een proactieve benadering van de pleitbezorging rond duurzaamheidsproblemen en werken met regulerende instanties en andere partners samen om vooruitgang te boeken.

Onze benadering van het openbare beleid past in het algemene eerlijkheidsprincipe dat deel uitmaakt van onze gedragscode. Wij volgen ook de regels en de richtlijnen van de nationale en regionale autoriteiten, met inbegrip van het Europese Transparantieregister.

Wij doen geen politieke giften.

Wij nemen in verschillende landen deel aan het werk van beroepsorganisaties die hun leden vertegenwoordigen in onderhandelingen met wetgevers en regulerende instanties (zie kader).

De prioriteiten rond duurzaamheid van ons openbare beleid in FY12 waren ecologisch design, duurzaam verbruik, illegale houtkap, voedsel etikettering, afvalbeheer en recycling.

Onze andere publieke activiteiten omvatten de samenwerking met de Europese Commissie, het Europees Parlement en nationale autoriteiten om obstakels voor investeringen en expansie weg te nemen die onze activiteiten in sommige lidstaten van de EU beïnvloeden.

Voorbeelden van verenigingen waarvan wij lid zijn

- Wij nemen deel aan het Retail Environmental Action Programme (REAP), een initiatief onder medevoorzitterschap van de Europese Commissie, en aan de Timber Retail Coalition, die maatregelen tegen illegale houtkap steunt
- Eurocommerce, de organisatie die de kleinhandel, de groothandel en de internationale handel in Europa vertegenwoordigt
- Green Freight Europe en Green Freight Asia, waarmee wij de ontwikkeling steunen van een gestandaardiseerde benadering van de monitoring en de rapportering van de koolstofemissies van transport
- European Retail Round Table (ERRT) vertegenwoordigt de grootste retailers van Europa en werkt aan problemen rond duurzaam verbruik, gezondheid en voeding en consumenten-informatie



Neem contact op

Wij verwelkomen uw feedback. Stuur uw commentaar en vragen over dit verslag naar:

sustainability.report.se@ikea.com

