

Motivations

Depuis de nombreuses années, IKEA s'interroge sur la manière de concilier engagement social et environnemental, et aspiration commerciale.

Le Groupe IKEA a de longue date développé un **comportement d'entreprise responsable** en lien étroit avec son cœur de métier, la production et la commercialisation de produits d'ameublement.

Fort de sa culture d'entreprise, bien ancrée dans celle de son pays d'origine, la Suède, **les valeurs de solidarité prédominent** dans le Groupe. Terreau a priori favorable aux pratiques de développement durable !

Le Groupe IKEA a pris conscience très vite que clients et collaborateurs attendent plus de lui. La finalité recherchée par IKEA est **d'être perçu comme une entreprise pleine d'initiatives et digne de confiance dans tous les domaines.**

Dès lors, dans les années 1985, IKEA s'inscrit dans une **démarche volontaire**, en prenant des **engagements libres à améliorer sa performance sociale et environnementale, au-delà des exigences légales.** Il s'est engagé dans une véritable démarche éthique et a mis en place une stratégie de développement durable basée sur ses valeurs d'entreprise et celles de ses clients.

Pour IKEA, « **créer un meilleur quotidien pour le plus grand nombre, en proposant une vaste gamme d'articles d'ameublement esthétiques et fonctionnels, à de si bas prix que le plus grand nombre pourra les acheter** », n'est pas uniquement un slogan. IKEA met tout en œuvre pour que ses produits soient respectueux de l'environnement, tant au niveau :

- des matières premières utilisées,
- de leur fabrication,
- de leur distribution,
- de leur utilisation
- de leur destruction.

*Il fait vivre ainsi un autre de ses principes « **des prix bas mais pas à n'importe quel prix** ».*

IKEA®



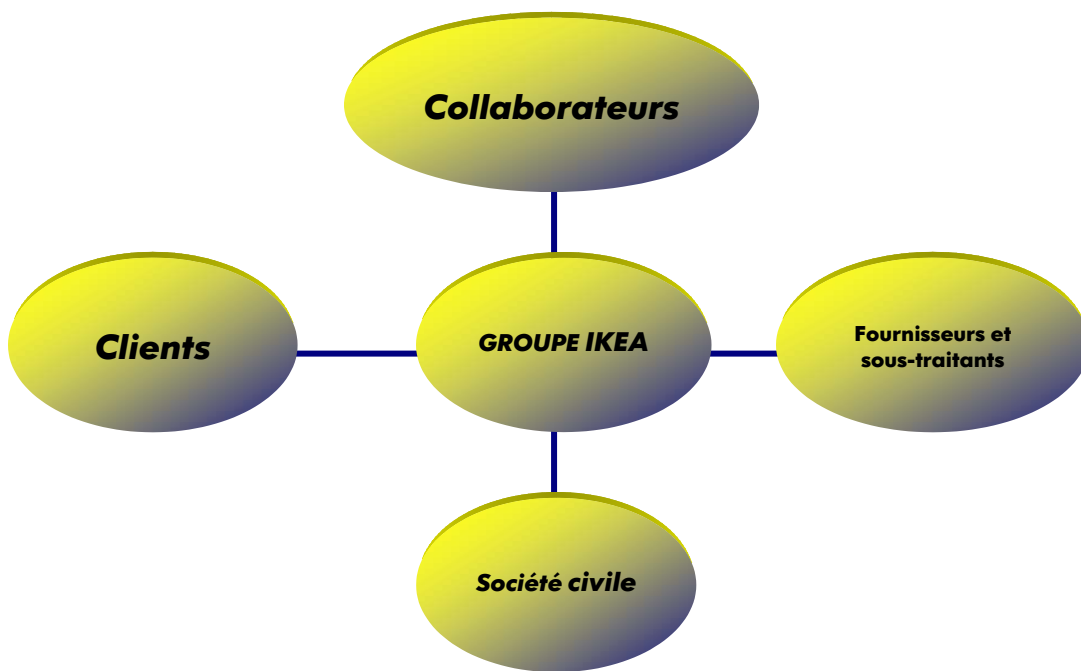
IKEA en partenariat avec le Cerpet 1/9

Cette meilleure prise en compte des questions liées à l'environnement et au développement durable dans sa stratégie est aussi **source de progrès**. Les bénéfices de la démarche entreprise sont reconnus et peuvent s'observer à différents niveaux :

3 AVANTAGES PRINCIPAUX		
Elément de différenciation et d'avantage de marché	Amélioration et renforcement de l'efficacité en interne et de la rentabilité de l'entreprise	Naissance d'activités nouvelles ou réorientées en lien avec sa démarche <u>RSE</u>
atout concurrentiel pour le business d'avoir anticipé sur le respect des réglementations nationales ou européennes	économies d'énergie à la fabrication des produits, de leur transport, d'où diminution des coûts, technologies propres et plus sûres, anticipation sur les évolutions réglementaires	innovation, opportunités, ...

Le Groupe IKEA en phase avec sa politique RSE tient compte tout particulièrement de l'ensemble de ses partenaires économiques et sociaux. C'est une enseigne qui est en contact à la fois avec :

- les clients,
- les collaborateurs,
- les fournisseurs (et sous-traitants),
- la société civile dont les ONG (organisations non gouvernementales) sont les porte- parole.



Groupes d'intérêt

Tous ses partenaires sont des acteurs susceptibles d'être concernés par la démarche RSE initiée par IKEA. A ce titre, les principes de sa RSE l'invitent à élaborer une gouvernance d'entreprise, reposant sur une **concertation avec l'ensemble des «parties prenantes»**.

Clients

L'opinion publique, sensible aux grandes causes écologiques et au respect des Droits de l'Homme est capable de susciter des campagnes médiatiques à fort impact. Le groupe IKEA agit aussi en faveur du développement durable après l'appréciation du risque qui serait le sien s'il négligeait son action dans tel ou tel domaine. Il a conscience que s'il est pris en défaut, une mauvaise réputation peut influencer l'acte d'achat du client.

IKEA souhaite que ses produits soient perçus comme les meilleures offres du marché. Grâce à sa politique RSE, son intention est de :

- **donner le sentiment aux clients, qu'en faisant le choix de ses produits, ils contribuent à un meilleur environnement,**
- **informer des caractéristiques de ses produits, de leur composition, etc.... de tout ce dont ils ont besoin pour prendre une décision d'achat,**
- **permettre aux clients d'avoir confiance en ses produits, en prenant conscience qu'ils sont sains et le plus neutres possible pour l'environnement.**

Le Groupe IKEA cherche constamment à satisfaire ses clients et susciter l'intérêt d'une clientèle de plus en plus large. Pour cela, il demande à ses clients, à intervalles réguliers, de répondre à des questions dans le cadre d'une enquête, intitulée *Market Capital*. Entres autres, IKEA cherche à savoir si ses clients prennent conscience des actions menées par le Groupe en matière d'environnement. Il est important d'être considéré par ses clients comme un Groupe responsable.

Sa RSE est un **facteur de valorisation à l'externe : IKEA est une entreprise qui prend ses responsabilités.**

Collaborateurs

Les actions mises en place dans le Groupe mobilisent fortement les collaborateurs autour de valeurs partagées (recrutement, fidélisation des collaborateurs, ...). En tant que salariés, ce sont eux qui font progresser les actions RSE mises en place jour après jour dans les différentes unités du Groupe.

IKEA a intégré **les principes de la RSE dans ses processus managériaux courants, afin que la politique implique le plus de salariés possibles.** Il est important que chaque manager à son niveau se pose la question de savoir quelles sont ses responsabilités à l'égard de l'environnement et des différents acteurs avec lesquels il est en contact.

Ces actions s'ordonnent autour de **4 axes principaux qui structurent les relations avec les collaborateurs et leurs représentants** :

4 AXES PRINCIPAUX	
1.	Recherche d'une plus grande fidélisation des collaborateurs en faisant du Groupe un espace de mobilité et de progression professionnelle
2.	Politique de rémunération intégrant la préoccupation de protection sociale
3.	Amélioration des conditions de vie au travail et de protection des collaborateurs
4.	Effort de dialogue social à tous les niveaux

Sa RSE est un **élément de motivation à l'interne**.

Fournisseurs et sous-traitants

Le travail opéré avec les fournisseurs est primordial chez IKEA. IKEA est en relation avec trois types de fournisseurs :

- les fournisseurs de matières premières (en particulier le bois),
- les fabricants des produits IKEA,
- les transporteurs (rail, mer et route).

Un travail de longue haleine s'est mis en place depuis de nombreuses années. C'est une démarche importante pour :

- créer de bonnes conditions pour obtenir des bas prix,
- améliorer la qualité des produits,
- développer la logistique.

Exigence d'un côté, mais soutien de l'autre. **IKEA apporte aussi conseil et soutien**. Il collabore avec ses fournisseurs dans le développement de leur activité, en matière environnementale et sociale.

IKEA®



IKEA en partenariat avec le Cerpet 7/9

Tout fournisseur potentiel doit, avant de démarrer une relation commerciale avec IKEA, répondre aux exigences de départ :

- ne pas avoir recours au travail forcé, ni obligatoire,
- ne pas avoir recours au travail des enfants,
- ne pas utiliser de bois provenant de forêts naturelles vierges ou de forêts à haute valeur de conservation.

En disposant de 46 bureaux d'achat dans 32 pays, le Groupe IKEA a la possibilité d'être proche de ses fournisseurs. **Ces bureaux d'achat accompagnent les fournisseurs tant dans la mise en place des exigences du code conduite que du cahier des charges en termes de qualité.** Il les audite et fait par ailleurs appel régulièrement à des cabinets d'audit indépendant pour contrôler ses fournisseurs.

Tout fournisseur IKEA doit se conformer à toutes les législations ainsi qu'aux règlements en vigueur dans sa juridiction en matière d'environnement, de conditions sociales et de travail, d'incendie, de santé, et de sécurité ainsi qu'au droit du travail.

Société civile

Depuis plusieurs années, le Groupe IKEA est en contact avec diverses organisations et travaille avec elles sur les questions sociales et environnementales. IKEA collabore sur une base régulière et constructive avec plusieurs ONG (organisations non gouvernementales) telles que :

- WWF (Fonds Mondial de Protection de la Nature),
- Greenpeace,
- Save the children,
- L'UNICEF,

POUR ALLER PLUS LOIN

- ❖ Zoom RSE N°4 « **Le consommateur européen de plus en plus éthique** »
- ❖ Lien site ikea.fr « **tout sur IKEA – RSE- lisez notre brochure et notre rapport- Rapport IKEA – responsabilité sociale et environnementale 2003 en français** »
- ❖ Lien site ikea.fr « **tout sur IKEA – RSE- lisez notre brochure et notre rapport- Rapport IKEA – responsabilité sociale et environnementale 2004 en français** »