IKEA®





Rapport sommaire 2026

50 ans de présence au Canada

Table des matières

02 Faits marquants de l’EF26

03 IKEA au Canada

04 Notre histoire au Canada

06 Retour sur les différentes décennies

10 Articles emblématiques

12 Les dates clés de IKEA Canada

14 Inspirer de meilleures maisons

20 Offrir de meilleures vies

28 Changer pour une planète meilleure

34 Bâtir une meilleure entreprise

40 Réflexions des collaborateurs de IKEA Canada

46 Réflexions de la direction

48 Perspectives pour l’EF27

50 TACK, Canada!

Message de Selwyn



Depuis 50 ans, IKEA Canada fait partie intégrante des moments du quotidien qui transforment une maison en véritable foyer.

Lorsque IKEA a ouvert son premier magasin canadien à Richmond, en Colombie-Britannique, en 1976, nous sommes partis d’un objectif simple, ancré dans la vision de notre fondateur Ingvar Kamprad : améliorer le quotidien du plus grand nombre de Canadiens. Cinq décennies plus tard, cet objectif reste plus pertinent que jamais.

Au fil des ans, nous avons eu le privilège de faire partie de millions de moments de vie partout au Canada. Qu’il s’agisse d’un premier appartement, d’une famille qui s’agrandit, d’un nouveau départ, d’un bureau à domicile, de célébrations ou de traditions chères à leur cœur, les Canadiens ont accueilli IKEA dans leurs foyers et dans leur vie. Ensemble, nous sommes passés d’un seul magasin à un détaillant omnicanal de confiance, solidement ancré dans les communautés à travers tout le pays.

Alors que nous célébrons cette étape importante, nous sommes fiers du chemin parcouru et de l’impact que nous avons créé ensemble avec nos clients, nos collaborateurs, nos partenaires et nos communautés.

L’exercice financier 2026 (EF26) a été marqué par des progrès significatifs. Nous avons continué à améliorer l’expérience client, en rendant IKEA plus accessible et plus pratique pour les Canadiens, quel que soit le lieu ou la manière dont ils choisissent de faire leurs achats. Nous avons fait progresser nos ambitions en matière de circularité et de développement durable, élargi notre éventail de services et continué à nous concentrer sur le mobilier abordable et bien conçu, à un moment où de nombreux ménages continuent de faire face à des pressions économiques et à l’incertitude.

Mais surtout, nous sommes restés fidèles à notre conviction que la maison a le pouvoir d’améliorer le quotidien.

Alors que nous nous tournons vers l’avenir, je suis inspiré non seulement par les perspectives qui s’offrent à nous, mais aussi par les personnes qui font de IKEA Canada ce qu’elle est aujourd’hui. De nos collaborateurs qui accueillent chaque jour les clients dans nos magasins, nos centres de distribution et nos bureaux administratifs, aux millions de Canadiens qui nous ont accueillis chez eux d’un océan à l’autre, votre confiance, votre dévouement et votre collaboration ont façonné nos 50 premières années.

Les besoins et les rêves des Canadiens continuent d’évoluer, et IKEA évoluera avec eux. Nous continuerons à mettre l’accent sur l’innovation, l’accessibilité, l’abordabilité et la croissance durable, tout en restant fidèles aux valeurs qui nous guident depuis 50 ans au Canada et depuis plus de 80 ans à travers le monde.

Ces 50 premières années ont été remarquables, et ce n’est que le début.

Selwyn Crittendon
PDG et directeur Développement durable
IKEA Canada

Faits marquants de l’EF26

2,82 G$
en ventes totales
0,7 % d’augmentation

148 M$
en ventes de services alimentaires
3,3 % d’augmentation

32,1 M
de visites en magasin

185,5 M
de visites en ligne

Plus de **568 k**
livraisons à domicile en véhicule électrique

Plus de **15 k**
articles IKEA ont eu une seconde vie grâce au programme Revendez-les

Plus de **58 M** de boulettes de viande

Plus de **13,6 M** de boulettes végétales

Plus de **3 M** de hot-dogs

Plus de **1,1 M** de hot-dogs végés

Du 1er septembre 2025 au 31 août 2026. Statistiques par rapport à l’EF25

IKEA au Canada

16 magasins

1 centre de distribution

3 centres de distribution clients

1 centre de soutien clients

13 centres de planification et de commande

2 parcs éoliens

Plus de **6500** collaborateurs

Plus de **6,8 M** de membres IKEA Family



Notre histoire au Canada



Au cours des 50 dernières années, IKEA Canada s'est développée aux côtés des Canadiens, contribuant à façonner les espaces où se déroule la vie quotidienne. Ce qui a commencé par un seul magasin à Richmond, en Colombie-Britannique, est devenu un détaillant omnicanal présent dans tout le pays, au service de millions de clients chaque année. Si beaucoup de choses ont changé depuis 1976, une chose est restée constante : notre engagement à améliorer le quotidien du plus grand nombre de Canadiens.

Au fil des décennies, à mesure que les logements, les modes de vie et les besoins des Canadiens ont évolué, IKEA n'a cessé de s'adapter en proposant de nouveaux articles, services, innovations et expériences conçus pour rendre la vie à la maison plus abordable, plus fonctionnelle et plus durable.

Le foyer canadien a connu une transformation remarquable, reflétant des changements profonds dans la façon dont les Canadiens vivent, travaillent, tissent des liens et définissent la vie de famille. Dans les années 1970, la maison idéale était un bungalow individuel en banlieue, doté d'un grand jardin, d'une cuisine fermée et d'une salle de loisirs lambrissée où les familles se rassemblaient autour d'un seul téléviseur. La vie était essentiellement analogique et centrée sur la communauté. Les enfants passaient leurs journées dehors, les voisins se retrouvaient pour des barbecues dans le jardin et des parties de cartes, et la maison servait avant tout de lieu de retrouvailles familiales en fin de journée. À mesure que le Canada a progressé et s'est diversifié, les changements démographiques, l'urbanisation et l'évolution des normes sociales ont remodelé le mode de vie des Canadiens, donnant naissance à des logements mieux adaptés aux modes de vie modernes.

Dans les années 1990 et 2000, les foyers canadiens sont devenus plus petits, plus actifs et de plus en plus connectés. Les murs ont disparu, les espaces à aire ouverte remplaçant les pièces cloisonnées, transformant ainsi la cuisine en cœur social de la maison. La technologie a transformé la vie quotidienne, depuis l'arrivée des ordinateurs personnels et de l'Internet par accès commuté jusqu'à l'essor des téléphones intelligents, des services de diffusion en continu et de la connectivité permanente. Parallèlement, la flambée des prix fonciers en milieu urbain et la croissance démographique ont accéléré le passage des vastes maisons de banlieue aux maisons de ville, aux condos et aux communautés à plus forte densité. Les habitudes des Canadiens ont également évolué : cafés, parcs, restaurants, gyms et espaces urbains partagés sont devenus des prolongements de la vie à la maison.

Aujourd'hui, le foyer canadien n'est plus simplement un lieu où l'on mange, où l'on dort et où l'on se retrouve. Il est devenu un environnement polyvalent et multifonctionnel qui s'adapte aux nombreux rôles que les gens endossent tout au long de la journée. Les demeures modernes servent à la fois de lieux de travail, de salles de classe, de havres de bien-être, de centres de divertissement et d'espaces de vie multigénérationnels, souvent dans un espace plus restreint que celui dont disposaient les générations précédentes. Le développement durable, les technologies intelligentes et une conception réfléchie influencent désormais tous les aspects, de la consommation d'énergie aux matériaux de construction, en passant par le mobilier et les rangements. Pourtant, malgré ces changements spectaculaires, une chose est restée constante : la demeure reste le centre de la vie quotidienne. À mesure que les besoins des Canadiens évoluent, leurs intérieurs évoluent eux aussi, ouvrant de nouvelles perspectives en matière de confort, de liens sociaux et d'appartenance.

Chez IKEA, la compréhension de ces réalités changeantes de la vie à la maison a toujours été notre point de départ, nous aidant à concevoir des aménagements qui rendent le quotidien plus fonctionnel, plus abordable, plus durable et plus joyeux pour le plus grand nombre.

Retour sur les différentes décennies



Les années 1970

Plongeons dans les années 1970. Partout au Canada, les intérieurs s'animaient grâce aux disques vinyle, aux motifs audacieux, aux tons orange chaleureux et au charme incomparable du pin noueux. Ce fut une décennie placée sous le signe de la créativité, de l'expression personnelle et des moments de convivialité. IKEA a su s'imprégner de l'esprit de cette époque grâce à des motifs colorés, des meubles modulaires, des rangements pratiques et des conceptions abordables qui ont rendu le design élégant accessible au plus grand nombre. Des salles de loisirs remplies de musique aux espaces familiaux conçus pour la vie de tous les jours, les années 1970 ont contribué à façonner un mode de vie à la maison plus divertissant, fonctionnel et accueillant au Canada. Inspirée par les designs jeunes et la vision démocratique du design de IKEA, cette décennie a véritablement vu s'imposer le design innovant.





Les années 1980

Retour aux années 1980. Partout au Canada, les familles se rassemblaient autour de la télévision pour des soirées cinéma, recherchaient les dernières sorties en VHS et embrassaient une décennie marquée par l'expression de soi et un design audacieux. Les intérieurs sont devenus plus personnalisés, remplis de couleurs vives, de motifs ludiques et d'espaces multifonctionnels reflétant l'évolution des modes de vie. IKEA a su capturer l'optimisme et l'énergie de cette époque grâce à des textiles colorés, des rangements astucieux, des meubles fonctionnels et des designs abordables qui ont permis à chacun d'accéder à un style raffiné.

Les années
1990

Nous revoici dans les années 1990. Le lecteur CD tourne, le modem bourdonne, et les foyers canadiens deviennent des lieux de musique, de divertissement et d'expression personnelle. Des touches de couleur, des motifs audacieux et des meubles polyvalents apportaient de la personnalité à chaque pièce, tandis que IKEA prônait un design abordable pour le quotidien. Grâce à des rangements astucieux, des agencements modulaires et un style enjoué, IKEA a aidé toute une génération de Canadiens à créer des intérieurs à leur image, faisant des années 1990 une décennie placée sous le signe de l'individualité, de la créativité et des liens sociaux.





Les années
2000

Entrons dans les années 2000. La hausse des coûts du logement et l'urbanisation croissante ont redéfini la vie à la maison, alors que de plus en plus de Canadiens emménageaient dans des condos, des maisons de ville et des espaces de vie plus petits. Les aménagements à aire ouverte ont gagné en popularité, les cuisines, les espaces repas et les salons se fondant en espaces multifonctionnels dédiés à la vie quotidienne. L'îlot de cuisine s'est imposé comme le cœur de la maison, servant à la fois de lieu pour cuisiner, manger, faire ses devoirs et socialiser.

Avant que l'inspiration ne se trouve en ligne, le catalogue IKEA a aidé des millions de Canadiens à reconcevoir leur intérieur avec un style scandinave, des matériaux naturels, des textiles colorés et un mobilier fonctionnel conçu pour améliorer le quotidien. Les années 2000 ont également marqué l'apogée de la diffusion du catalogue IKEA, consolidant ainsi sa place parmi les sources d'inspiration déco les plus attendues au Canada.

Les années
2010

Les années 2010 ont transformé la vie à la maison, la technologie s'intégrant de plus en plus naturellement au quotidien. De la communication au divertissement, en passant par le confort et la commodité, les appareils connectés ont commencé à redéfinir les routines et les attentes des ménages. Grâce à IKEA Home smart, IKEA a su s'adapter à cette évolution en proposant des articles conçus pour simplifier la vie et la rendre plus intuitive, qu'il s'agisse d'éclairage intelligent, de haut-parleurs sans fil, de stores automatisés ou d'accessoires connectés pour la maison. En alliant une technologie accessible à un design fonctionnel, IKEA a contribué à démocratiser la maison intelligente, rendant ainsi l'innovation plus pratique, plus abordable et mieux intégrée au quotidien.





Les années
2020

Alors que la vie à la maison continue d'évoluer dans les années 2020, le jeu vidéo est devenu plus répandu que jamais, s'imposant comme l'une des formes de divertissement les plus populaires au monde et faisant désormais partie intégrante du quotidien. En octobre 2026, IKEA et Xbox ont redéfini l'expérience de jeu à la maison grâce au lancement de la collection YXSTABY, alliant confort ergonomique, rangement intelligent et design scandinave intemporel. Le jeu vidéo n'est plus confiné à une pièce dédiée ou à une installation spécialisée. Au contraire, il s'intègre désormais de manière transparente dans les espaces de vie modernes, reflétant la façon dont les gens vivent, jouent et interagissent aujourd'hui.

Notre vision à long terme, qui consiste à créer une meilleure vie à la maison, nous a permis de mieux comprendre le quotidien des gens et a façonné l'évolution de IKEA Canada depuis le milieu des années 1970, notamment la manière dont nous attirons, fidélisons et valorisons nos collaborateurs, dont nous rencontrons et inspirons nos clients, et dont nous nous engageons auprès de nos communautés. Découvrez-en davantage sur nos efforts, nos défis et nos réussites au cours du dernier exercice financier dans les pages suivantes.

Articles emblématiques



LÖVBACKEN (1955)
Initialement lancé sous le nom de LÖVET en 1955, ce meuble au plateau en forme de feuille et aux pieds élancés était considéré comme résolument moderne. C'est également avec cette table que IKEA a connu son premier succès d'emballage à plat : la preuve qu'un design exceptionnel pouvait être transporté dans un emballage étonnamment petit. Après une longue pause, elle a fait son retour en 2013 sous le nom de LÖVBACKEN, prête à intégrer les salons d'une nouvelle génération. À l'heure actuelle, le modèle est à nouveau en pause et ne figure plus dans l'assortiment, mais l'histoire nous montre qu'un autre retour n'est pas impossible.



POÄNG (1976)
Le fauteuil POÄNG est l'équivalent en meuble de cet ami qui reste naturellement cool pendant des décennies. Avec sa structure en bois cintré signature et son léger rebondissement, ce fauteuil vous invite à vous poser cinq minutes, et vous y voilà encore des heures plus tard. Il a fait ses débuts en 1976 en tant que fauteuil POEM, créé pour aider les gens à se détendre et littéralement « balancer » un peu de stress. En 1992, il a été repensé et renommé POÄNG, et adapté à la célèbre approche des emballages à plat de IKEA, ce qui le rend encore plus abordable et populaire.



KLIPPAN (1980)
Des premiers appartements aux maisons familiales complètes, le canapé KLIPPAN s'est imposé grâce à son confort, à sa durabilité et à la possibilité de modifier son style moderne scandinave sans changer le meuble lui-même. KLIPPAN a popularisé l'idée d'un canapé doté d'une housse amovible et lavable, ce qui permet aux ménages canadiens de rafraîchir le décor d'une pièce sans acheter de nouveaux meubles. Sa structure simple et compacte en a fait un incontournable pour les étudiants et les nouveaux locataires depuis plus de quatre décennies.



BILLY (1979)
La bibliothèque la plus vendue au monde. Esquissée par le designer IKEA, Gillis Lundgren, sur une serviette de table pour ne pas oublier son idée, la bibliothèque BILLY est devenue un symbole de la simplicité des meubles emballés à plat : une bibliothèque abordable, aux tablettes réglables, et qui s'adapte à toutes les pièces et à tous les budgets. Devenue extrêmement populaire dans les années 1980, la bibliothèque BILLY a aidé les Canadiens à ranger toutes sortes d'objets, des livres et trésors de famille aux jeux de société et aux collections de films VHS. On la retrouve encore aujourd'hui dans des millions de pièces à travers le monde, preuve que les meilleurs designs sont souvent les plus simples.



FRÄKTA (1996)
Présent dans l'assortiment IKEA depuis plus de 30 ans et apprécié partout dans le monde, le sac FRAKTA transforme le transport d'objets au quotidien en une véritable forme d'art. Depuis son arrivée au Canada, le sac FRÄKTA est devenu l'un des sacs fourre-tout les plus reconnaissables au pays. Il est grand, résistant et peut s'utiliser pour tout transporter (ou presque) en toute occasion : courses, déménagement, lessive ou journée à la plage. Ce sac emblématique a également inspiré de nouvelles créations aux passionnés de loisirs créatifs comme aux créateurs de haute couture. Le sac FRÄKTA demeure aujourd'hui un exemple exceptionnel de longévité, reflétant l'approche de IKEA basée sur une philosophie de design démocratique : des articles utiles, durables et abordables pour le plus grand nombre.



LACK (1979)
Simple depuis la conception. La table d'appoint LACK est la preuve qu'un design de qualité n'a pas besoin d'être compliqué. Légère et d'une grande polyvalence, cette petite table sert depuis des générations à poser aussi bien des tasses à café que des plantes d'intérieur. Son design astucieux et sa construction légère ont permis à IKEA de maintenir des prix abordables sans compromettre le style, contribuant ainsi à faire de cette table l'un de ses articles les plus appréciés et les plus reconnaissables. Plus de quatre décennies plus tard, elle demeure la preuve qu'un design de qualité ne doit pas nécessairement coûter une fortune.



KALLAX (années 2000)
D'abord lancée sous le nom d'EXPEDIT, puis réinventée sous le nom de KALLAX, cette conception en cube emblématique a permis à plusieurs générations de mettre en valeur leurs collections, leurs passions et leurs réalisations créatives, un cube à la fois. Cet article a été conçu pour être l'outil d'organisation par excellence pour tous les passe-temps, à toutes les étapes de la vie. Ce rangement en forme de cube est devenu un incontournable pour ranger tout type d'objets, des disques vinyle aux jouets d'enfants en passant par les fournitures de bureau à domicile. Il peut tout aussi bien servir de séparateur de pièce que de bibliothèque.

Les dates clés de IKEA Canada

YVR

Le 2 octobre 1976
IKEA Canada ouvre son premier magasin à Richmond, en C.-B.

1978
IKEA s'étend vers l'est avec l'ouverture de son premier magasin en Alberta, à Edmonton.

YEG

YOW

1979
IKEA Ottawa ouvre ses portes dans la capitale canadienne.

1985
IKEA lance ses célèbres boulettes de viande à la suédoise.



1986
IKEA ouvre son premier magasin au Québec, à Montréal.

YUL

YYZ

1987
IKEA ouvre son premier magasin dans la région du Grand Toronto, à North York.

2000
IKEA lance IWAY, son code de conduite mondial destiné aux fournisseurs.



2009
IKEA Canada élimine progressivement les sacs de magasinage en plastique à usage unique.

2010
IKEA annonce l'installation de panneaux solaires sur les toits des magasins d'Etobicoke, de North York et de Vaughan.

2011
IKEA élimine progressivement l'éclairage à incandescence en offrant des ampoules alternatives qui économisent l'énergie.



2012
IKEA ouvre son premier magasin au Manitoba, à Winnipeg.

YWG

2012
IKEA Canada lance le programme de fidélisation IKEA Family.

2012
IKEA présente sa stratégie de durabilité.

2013
IKEA acquiert un parc éolien à Pincher Creek, Alb.

2015
IKEA Canada installe des bornes de recharge pour véhicules électriques (VÉ) dans tous ses magasins à travers le pays.

YHZ

2017
IKEA ouvre son premier magasin dans les Maritimes, à Halifax, N.-É.

2017
IKEA Canada acquiert un deuxième parc éolien à Wintering Hills, Alb.

2021
IKEA annonce l'ouverture de son premier minimagasin au centre-ville de Toronto.

2021
Les boulettes végétales viennent s'ajouter à la famille grandissante de boulettes IKEA au Canada.



2021
IKEA Canada met en place sa stratégie de réconciliation avec les peuples autochtones.

YXU

2026
IKEA ouvre son premier magasin compact à London, Ont.

2027
Ouverture prévue du centre de distribution client IKEA Hamilton, qui deviendra le premier bâtiment opérationnel à zéro émission nette du Groupe Ingka.

2022
IKEA ouvre son premier centre de planification et de commande à Boisbriand, Qc.

2023
IKEA Beauharnois ouvre ses portes ; il s'agit du premier nouveau centre de distribution au Canada depuis trois décennies.



2021
Les premières livraisons à domicile zéro émission sont effectuées depuis IKEA Montréal et IKEA Boucherville.

Inspirer de meilleures maisons

Depuis cinq décennies, IKEA Canada aide les gens à créer des intérieurs à la fois fonctionnels, esthétiques et abordables. Si les demeures ont évolué au fil des ans, notre engagement à comprendre les besoins quotidiens et les rêves des Canadiens est resté inchangé.

Aujourd'hui, créer une vie meilleure à la maison ne se limite pas à proposer du mobilier bien conçu. Cela signifie aider les clients à tirer le meilleur parti de leur budget, leur apporter un accompagnement d'experts où qu'ils se trouvent et créer des expériences qui rendent l'ameublement d'intérieur plus accessible et plus agréable.



Alors que nous célébrons nos 50 ans au Canada, nous restons déterminés à aider le plus grand nombre à créer des intérieurs qu'il aime, tout en mettant l'accent sur la planète et ses habitants.

Carte de pointage d'objectifs EF26

Résultats

Plus de 15 000

articles IKEA ont eu droit à une deuxième vie grâce au programme Revendez-les

Plus de 1,46 M

de pièces de rechange ont été commandées par les clients de IKEA, contribuant à prolonger la durée de vie des articles

Cuisiner et manger à prix abordables

Alors que le coût de la vie continue de poser des défis aux Canadiens, nous restons déterminés à proposer à nos clients des options de qualité, abordables et durables. Au cours d'une année placée sous le signe de cuisiner et manger, nous avons renforcé notre engagement à rendre l'alimentation plus abordable dans le cadre de notre promesse d'une vie meilleure à la maison. Cet engagement s'est concrétisé à l'automne 2025, lorsque nous avons dévoilé un nouveau menu dans les magasins IKEA à travers le Canada. Des nachos à base de plantes aux falafels d'inspiration moyen-orientale, en passant par les plats de fruits de mer à la scandinave, ces nouvelles propositions offraient des repas au restaurant qui étaient à la fois délicieux, ludiques et abordables. Grâce à des prix fixés pour offrir un excellent rapport qualité-prix, une famille de quatre personnes peut profiter d'un repas au Restaurant suédois IKEA pour environ 30 $, rendant ainsi les sorties au restaurant plus accessibles aux familles canadiennes.

Pour aider les clients à tirer le meilleur parti de leur budget alimentaire et du budget de leur foyer, nous avons lancé le concours national « Un frigo tout en fraîcheur », encourageant les Canadiens à réduire le gaspillage alimentaire grâce à une meilleure organisation du réfrigérateur, des idées pour conserver les aliments et des rangements intelligents. Plus de 17 000 membres IKEA Family se sont inscrits pour tenter de remporter l'une des trois cartes-cadeaux IKEA d'une valeur de 500 $ afin d'optimiser l'organisation de leur réfrigérateur, favorisant ainsi des habitudes permettant d'économiser de la nourriture, de l'argent et des ressources.

Tout au long de l'EF26, les membres IKEA Family ont également bénéficié d'offres ciblées sur des aménagements et des articles de l'assortiment Cuisiner et manger conçus pour rendre les repas quotidiens à la maison plus accessibles et plus inspirants pour le plus grand nombre.



Mettre en avant notre leadership en matière de conception de cuisines et d'ameublement à l'IDS 2026

En janvier 2026, IKEA Canada a fait son retour très attendu à l'Interior Design Show (IDS). Cette initiative stratégique a renforcé notre position de chef de file dans la conception de cuisines, l'ameublement et le design démocratique. À partir du thème Cuisiner et manger, nous avons créé une expérience immersive de 55 mètres carrés autour de la cuisine de rêve, qui montrait comment IKEA allie qualité, fonctionnalité et abordabilité pour aider les Canadiens à améliorer leur vie à la maison. L'espace mettait non seulement en avant des cuisines modulables, mais proposait également des rangements intelligents, des systèmes de tri des déchets, des solutions d'organisation et des espaces de vie conçus pour répondre aux besoins réels des foyers canadiens.

Grâce à l'engagement des médias et des créateurs, aux témoignages de porte-paroles, à la présence de Fredrika Inger, directrice mondiale Articles et services commerciaux chez IKEA, ainsi qu'à un aperçu exclusif de la future porte de cuisine TERRSJÖ, IKEA a démontré qu'un design de qualité peut rester accessible au plus grand nombre. Cette présentation a mis en avant la manière dont IKEA Canada continue de rester proche des réalités de la vie canadienne en concevant des aménagements abordables, accessibles et adaptés aux modes de vie actuels.

Forts de cette dynamique, nous attendons avec impatience l'IDS 2027, où nous inspirerons les visiteurs grâce à des cuisines abordables et à des idées de rangement intelligentes conçues pour aider les Canadiens à tirer le meilleur parti de leur demeure.



Mon histoire chez IKEA ne concerne pas seulement le travail. Elle concerne les gens, les rires, l'épanouissement et la magie inattendue que l'on trouve dans les moments du quotidien. Elle concerne la découverte d'un endroit où je pouvais être moi-même et la prise de conscience que j'étais parfaitement bien… telle que j'étais.

Nadine Merhi, spécialiste Résolution, Centre de soutien clients IKEA Canada

Tisser des liens avec les Canadiens grâce à des expériences

Tout au long de l'année, IKEA Canada a mis en place des expériences qui ont rassemblé les Canadiens tout en rendant les aménagements d'intérieur plus accessibles et plus abordables.

L'année a commencé par une promo Cuisiner et manger qui a présenté des idées pratiques pour la vie quotidienne à la maison, en mettant en avant des moyens permettant aux Canadiens de profiter d'un mode de vie plus durable et plus abordable. Notre engagement envers les communautés locales s'est traduit par une promo nationale de déjeuner à 1 $, au cours de laquelle les clients ont été accueillis dans nos magasins et dont l'intégralité des recettes a été reversée au Club des petits déjeuners du Canada. Ensemble, nous avons récolté près de 50 000 $ pour venir en aide aux enfants et aux familles à travers le pays.



Dans la foulée de cet élan, nos promos Cuisines ont démontré qu'un design bien pensé et des prix abordables peuvent aller de pair pour répondre à l'évolution des besoins des ménages canadiens. Nous avons continué à renforcer nos liens avec les clients grâce à des initiatives de fidélisation tout au long de l'année, permettant à un plus grand nombre de Canadiens d'accéder aux articles IKEA et aux aménagements qui rendent la vie à la maison meilleure, plus simple et plus agréable.

Alors que IKEA Canada célèbre ses 50 ans, nous mettons en lumière nos racines suédoises, les collaborateurs qui rendent tout cela possible et les Canadiens qui ont contribué à façonner notre parcours à chaque étape. Pour souligner cet anniversaire marquant, nous proposerons des expériences inspirantes, approfondirons nos liens avec la communauté et offrirons de nombreuses raisons aux clients de célébrer avec nous alors que nous poursuivons notre croissance partout au Canada.

Susciter l’enthousiasme grâce aux lancements d’articles et aux collaborations

Au cours de l’EF26, IKEA Canada a lancé une série de nouveaux articles et conclu des partenariats qui ont aidé les Canadiens à réinventer leur vie à la maison, tout en renforçant notre engagement en faveur du design démocratique : créer des objets bien conçus, fonctionnels, durables, de qualité et abordables.

L’un des lancements phares de l’année a été VINTERFINT, une collection de Noël créée en collaboration avec le designer suédois contemporain Gustaf Westman. Alliant l’esthétique audacieuse et ludique de Westman aux prix abordables qui font la réputation de IKEA, cette collection a suscité un vif engouement auprès des consommateurs, des créateurs et des médias. La demande a été exceptionnellement forte, de nombreux articles s’étant écoulés en quelques heures seulement après leur mise en vente. Cette collaboration a permis à IKEA de toucher de nouveaux publics tout en démontrant l’attrait croissant des partenariats de design accessibles.



En mai, IKEA a lancé IKEA PS 2026, la dixième édition de l’une de ses collections les plus emblématiques. Articulée autour du thème de la fonctionnalité ludique, cette collection de 43 pièces a réuni 12 designers de l’interne afin de réinventer le design scandinave moderne à travers des solutions innovantes et multifonctionnelles adaptées à la vie contemporaine. Grâce à ses formes inattendues, ses couleurs vives et son design astucieux, IKEA PS 2026 a démontré qu’un design de qualité pouvait être à la fois pratique et abordable, suscitant un vif engouement auprès des médias, des créateurs et des consommateurs.

IKEA Canada a également lancé SANDLÖPARE, une collection pour enfants inspirée de la faune de la savane africaine et élaborée en collaboration avec l’organisation suédoise de protection de la nature Nordens Ark. À travers le jeu imaginatif et les histoires, cette collection a éveillé la curiosité des enfants envers les animaux menacés et la nature. Afin d’amplifier l’impact de cette collection, IKEA Canada s’est associée à WWF-Canada pour soutenir les efforts de conservation de la faune sauvage. Du 12 octobre au 29 novembre, 1 $ provenant de chaque peluche vendue dans les magasins IKEA à travers le Canada a été reversé au programme Regénérer le Canada de WWF-Canada. Grâce à cette initiative, IKEA Canada a versé plus de 116 440 $ pour aider à inverser les pertes de la faune, à restaurer les habitats et à lutter contre les changements climatiques.

Au-delà des lancements d’articles, IKEA Canada a continué à tisser des liens avec ses clients grâce à des collaborations de marque inattendues et en phase avec la culture locale. À la suite d’une annonce ludique pour le poisson d’avril qui a retenu l’attention dans le monde entier, IKEA s’est associé à Chupa Chups pour donner vie à l’idée d’une sucette au goût de boulettes de viande. Inspiré par l’association emblématique des boulettes à la suédoise IKEA et des airelles, cet article en édition limitée alliant humour, nostalgie et curiosité, a suscité une large couverture médiatique et de nombreuses discussions sur les réseaux sociaux. Un million de sucettes ont été distribuées dans le monde entier et offertes gratuitement aux clients en magasin. Cette collaboration a démontré comment IKEA peut créer des expériences de marque mémorables qui dépassent le cadre de la maison et célèbrent la joie du quotidien.



IKEA Canada a également annoncé le lancement de YXSTABY, une collection élaborée en collaboration avec Xbox qui allie culture du jeu vidéo et mobilier fonctionnel. Conçue pour répondre aux besoins des amateurs de jeux vidéos tout en restant accessible à un large éventail de clients, cette collection reflète notre engagement constant à créer des solutions adaptées à l’évolution des modes de vie à la maison. Cette annonce a suscité un vif intérêt auprès des médias spécialisés dans le jeu vidéo, le style de vie ainsi que les médias grand public, démontrant une fois de plus le pouvoir des partenariats stratégiques pour mobiliser de nouvelles communautés et créer une pertinence au-delà des catégories traditionnelles de l’ameublement d’intérieur.

Servir une communauté de 6,8 millions de Canadiens

Pour des millions de Canadiens, IKEA Family est devenu bien plus qu’un simple programme de fidélité. C’est une communauté qui s’articule autour d’une passion commune pour la vie à la maison.

Gratuit et conçu pour améliorer le quotidien à la maison, IKEA Family compte désormais plus de 6,8 millions de membres canadiens, ce qui en fait l’une des plus grandes communautés de fidélité du commerce de détail au Canada.

En proposant des idées personnalisées, des récompenses adaptées, des avantages exclusifs et des expériences inoubliables, IKEA Family aide ses membres à tirer le meilleur parti de chaque interaction avec IKEA. Qu’il s’agisse de gagner des points, d’accéder à des offres spéciales, de bénéficier de réductions sur des services ou de savourer un repas au Restaurant suédois, les membres profitent d’avantages pensés pour les aider à économiser au quotidien. Dans le cadre de notre engagement continu à aider les Canadiens à tirer le maximum de leur budget, IKEA Family propose des économies substantielles et des récompenses qui rendent le mobilier bien conçu plus accessible à un plus grand nombre de personnes.

Le lancement de notre programme de récompenses amélioré en 2025 a encore renforcé cet engagement et contribué à approfondir les relations avec nos clients. Les membres qui utilisent leurs récompenses viennent plus souvent, s’engagent davantage et entretiennent un lien plus fort avec IKEA.

À l’avenir, nous continuerons à placer les membres IKEA Family au cœur de toutes nos actions, en créant des expériences plus personnalisées, plus enrichissantes et plus gratifiantes qui inspirent une meilleure vie à la maison, tout en aidant les Canadiens à profiter chaque jour d’un meilleur rapport qualité-prix.

Offrir de meilleures vies

Un quotidien amélioré, cela commence à la maison, mais cela ne s'arrête pas là. Depuis 50 ans, IKEA Canada fait partie intégrante des communautés à travers tout le pays, travaillant aux côtés de ses collaborateurs, de ses clients et de ses partenaires pour apporter des changements positifs là où cela compte le plus. Qu'il s'agisse de soutenir les jeunes dans la construction de leur avenir, d'aider les nouveaux arrivants à se sentir chez eux, de favoriser le sentiment d'appartenance et l'inclusion ou d'investir dans le bien-être de nos collaborateurs, notre engagement a toujours été ancré dans les gens.



Au fil des décennies, notre entreprise a pris de l'ampleur, mais nos valeurs sont restées les mêmes. Nous croyons que chacun mérite de se sentir accueilli, respecté et capable de s'épanouir. Cette conviction guide la manière dont nous soutenons nos collaborateurs, nous nous engageons auprès de nos communautés et créons des perspectives pour le plus grand nombre.

Au cours de l'EF26, nous avons continué à renforcer nos partenariats locaux, à investir dans des initiatives communautaires et à créer des moments significatifs de lien et d'appartenance partout au Canada. Alors que nous célébrons nos 50 ans au Canada, nous sommes fiers de l'impact que nous avons créé ensemble et nous sommes inspirés par les possibilités qui s'offrent à nous. Car créer un quotidien meilleur, c'est aider les gens à se sentir chez eux, non seulement dans leur foyer, mais aussi au sein de leur communauté, à leur lieu de travail et dans la société.

Carte de pointage d'objectifs EF26	Score de 78,6 %	51 %	Plus de 10 000
	à l'indice d'inclusion, témoignant d'une forte culture fondée sur l'appartenance et l'inclusion	de représentation des femmes parmi les collaborateurs et les postes de direction	collaborateurs et membres de la communauté engagés à titre d'acteurs du changement
Résultats			

Égalité, diversité et inclusion

Chez IKEA Canada, nous voulons que nos collaborateurs, nos clients et nos communautés se sentent bienvenus, respectés et représentés. Grâce à des partenariats et à des initiatives communautaires dans tout le pays, nous créons des occasions d'apprentissage, de rencontre et d'échanges culturels, contribuant ainsi à bâtir une entreprise IKEA plus inclusive pour le plus grand nombre.

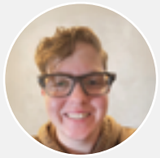
Célébrer la diversité des histoires et des cultures

Tout au long de l'année, nous avons collaboré avec des organisations de tout le Canada afin de célébrer et de préserver la diversité des histoires et des cultures à travers des initiatives nationales et locales.

À l'occasion du Mois de l'histoire des Noirs, le magasin IKEA de Halifax a travaillé en partenariat avec le musée d'Africville, avec le soutien des équipes Personnes et culture, et Communications de IKEA Canada, pour proposer une exposition immersive au sein du magasin. Cette expérience a permis aux collaborateurs et aux clients de découvrir l'histoire, la résilience et l'héritage de la communauté d'Africville.

Chez IKEA Burlington, notre partenariat avec le Woodland Cultural Centre a permis d'accueillir l'expérience cuisine Dish With One Spoon au sein du magasin, créant ainsi des occasions d'échanges culturels, de partage d'histoires et d'apprentissage ancrés dans les savoirs et les traditions autochtones.





En 2020, lorsque j'ai révélé mon appartenance à la communauté LGBTQIA+, je n'ai jamais eu peur d'être moi-même au travail. Le soutien de IKEA Canada à cette communauté et sa culture inclusive m'ont donné la confiance nécessaire pour être simplement moi-même. Grâce à IKEA, j'ai su revendiquer ma place. Grâce à IKEA, je me suis trouvée. Grâce à IKEA, je me suis toujours sentie acceptée. Aujourd'hui, dans mon rôle au Bureau de services, je ne me sens pas seulement employée. Je me sens chez moi.

Amy Thertell, développeuse Opérations de gestion des services, Bureau de services IKEA Canada

Favoriser une représentation inclusive

Notre engagement en faveur de l'inclusion se poursuit. Grâce à notre partenariat avec BOOM InterTribal, une agence de marketing détenue par des Autochtones, nous explorons des moyens concrets d'intégrer les perspectives autochtones dans nos communications et notre marketing. En tissant des relations à long terme et en apprenant de nos partenaires, nous visons à ancrer la représentation dans la manière dont nous interagissons au quotidien avec les Canadiens.

Soutenir les communautés LGBTQI+

Nous sommes également fiers de notre partenariat avec Rainbow Railroad, une organisation internationale qui aide les personnes LGBTQI+ victimes de persécutions et de violences à trouver refuge. Grâce aux ventes du gâteau arc-en-ciel de IKEA Canada, du 1er juin au 31 juillet, nous avons atteint notre objectif de collecte de fonds de 200 000 $. Avec cette dernière contribution, notre soutien cumulé à Rainbow Railroad s'élève désormais à 600 000 $ sur les trois dernières années, aidant ainsi les personnes déplacées et en situation de vulnérabilité à trouver la sécurité et à bénéficier d'occasions pour reconstruire leur vie.



Impact sur la communauté et partenariats

Un repas avant d'aller à l'école. Un premier appartement. Un lieu sûr où tisser des liens. Un endroit accueillant pour prendre un nouveau départ. Partout au Canada, des moments comme ceux-ci peuvent avoir un impact significatif dans la vie des gens.

Au cours de l'EF26, nos collaborateurs se sont associés à des organismes locaux pour aider à créer des espaces, des perspectives et des réseaux de soutien destinés aux Canadiens à des moments clés de leur parcours. Grâce à nos initiatives Quartiers Ingka, nous avons pu apporter un changement durable dans la vie de plus de 6624 personnes* et mobiliser 10 001 acteurs du changement** à l'échelle nationale, en réunissant clients, collaborateurs et partenaires locaux afin de renforcer nos communautés et de générer un impact local.

**L'indicateur de rendement clé « impact social » mesure le nombre de personnes ayant bénéficié d'un impact significatif grâce à un projet actif depuis au moins un an.*

*** L'indicateur de rendement clé « acteurs du changement » recense le nombre de personnes soutenant activement une initiative en y consacrant leur temps, leur engagement et leurs ressources disponibles. L'indicateur inclut à la fois les clients et les collaborateurs.*



Aider les jeunes à se sentir chez eux à Toronto

Emménager dans son premier logement peut être à la fois passionnant et intimidant, en particulier pour les jeunes qui sortent d'une situation d'itinérance ou d'un logement précaire. Afin de les accompagner dans cette étape importante, le magasin IKEA du centre-ville de Toronto a fait don de trousses Cuisiner et manger à Covenant House Toronto. Contenant des articles de cuisine indispensables au quotidien, chaque trousse a permis de donner aux jeunes les outils et la confiance nécessaires pour entamer un nouveau chapitre de leur vie en toute autonomie. Cette initiative a eu un impact positif durable sur la vie de 50 Canadiens.

Créer un espace accueillant pour les jeunes à Beauharnois

La Maison des jeunes de Beauharnois joue un rôle important au sein de la communauté en offrant un environnement sûr et accueillant où les jeunes peuvent créer des liens, apprendre et bénéficier d'un accompagnement. En collaboration avec les jeunes de la région et des partenaires locaux, IKEA Beauharnois a contribué à réaménager des espaces clés du centre, notamment les bureaux des animateurs, un espace dédié à l'aide aux devoirs et une partie de la salle commune principale. Cet environnement réaménagé favorise les conversations en toute intimité, l'apprentissage concentré et les activités collaboratives, aidant ainsi les jeunes à se sentir soutenus, autonomes et comme chez eux. Cette initiative a eu un impact positif durable sur la vie de 27 Canadiens.

Créer des occasions favorables aux jeunes d'Edmonton

À Edmonton, les collaborateurs IKEA se sont associés à YOUCAN Youth Services pour transformer un espace commun au sein du Youth Empowerment Centre de l'organisme. Conçu pour être accueillant, fonctionnel et inspirant, cet espace accompagne les jeunes qui se construisent un nouvel avenir grâce à des formations professionnelles, du mentorat et des programmes d'épanouissement personnel. Cette initiative a eu un impact positif durable sur la vie de 50 Canadiens.

Rendre les objets de première nécessité plus accessibles à Calgary

Pour les jeunes et les membres de la communauté en situation de vulnérabilité, l'accès à la nourriture et aux articles d'hygiène personnelle peut changer le cours d'une vie. En collaboration avec Wood's Homes, IKEA Calgary a contribué à repenser le « Free Store », le garde-manger de l'organisation, en modernisant les rayonnages et en améliorant l'aménagement général. Le résultat : un espace plus sûr et plus accueillant qui facilite l'accès aux objets de première nécessité pour ceux qui en ont le plus besoin. Cette initiative a eu un impact positif durable sur la vie de 30 Canadiens.

Tisser des liens au sein de la communauté à Winnipeg

À Winnipeg, les collaborateurs IKEA se sont associés au Downtown Community Safety Partnership pour contribuer à la création d'un nouveau centre communautaire au sein de la bibliothèque du Millénaire. Grâce à des dons de mobilier, à son expertise en matière de design et à son engagement bénévole, l'équipe a contribué à créer un environnement accueillant où chacun peut accéder à des services liés au logement, au bien-être et à la vie communautaire, dans un espace conçu pour favoriser la dignité, le confort et le sentiment d'appartenance. Cette initiative a eu un impact positif durable sur la vie de 73 Canadiens.

Créer des partenariats pour favoriser le bien-être des jeunes autochtones

Cette année, IKEA Canada a reconduit son partenariat de longue date avec Save the Children dans le cadre d'une campagne nationale de vente de peluches pour les Fêtes. Les recettes provenant de la vente de peluches ont permis de financer des programmes de santé mentale adaptés à la culture de la Première Nation de Constance Lake, afin de soutenir les efforts menés par la communauté pour favoriser la résilience, le bien-être et le lien culturel chez les jeunes. Les fonds soutiennent des programmes ancrés dans la culture et offerts par le Mamawmatawa Holistic Education Centre (MHEC), qui dessert environ 200 jeunes. Grâce à des initiatives enracinées dans les connaissances et les traditions autochtones, le programme contribue à renforcer les liens, le sentiment d'appartenance et le bien-être général, tout en favorisant une bonne santé mentale.

Soutenir les communautés pour les générations à venir

Ces exemples reflètent une conviction qui est au cœur de la philosophie de IKEA Canada depuis 50 ans : le changement positif naît lorsque les gens s'unissent pour créer un quotidien meilleur.

Alors que nous célébrons cette année charnière, nous restons engagés à soutenir les communautés au moyen de partenariats locaux, de l'engagement de nos collaborateurs et d'investissements significatifs qui ont un impact durable. Ensemble, nous contribuons à bâtir des communautés où davantage de personnes se sentent accueillies, soutenues et autonomes pour s'épanouir, aujourd'hui et pour les générations à venir.

Créer des perspectives grâce à une narration inclusive

Nous avons continué à promouvoir l'inclusion grâce à Making Space, une campagne de IKEA Canada conçue pour offrir des occasions favorables aux talents issus de la diversité derrière la caméra. La campagne a été réalisée par une équipe de photographes entièrement composée de PANDC, aux côtés d'une équipe de tournage diversifiée et multiculturelle, reflétant ainsi notre engagement en faveur d'une meilleure représentation au sein de l'industrie créative canadienne.





Lutter contre la précarité en matière d'ameublement grâce à notre partenariat avec la Furniture Bank

Au cours de l'EF26, IKEA Canada a renforcé son partenariat de longue date avec la Furniture Bank afin d'aider les familles en situation de précarité en matière d'ameublement à créer des foyers sûrs, confortables et dignes, tout en favorisant l'économie circulaire. Grâce à notre programme de récupération de matelas, les matelas retournés par les clients ont été réorientés vers la réutilisation, ce qui a permis de prolonger la durée de vie des articles et d'améliorer l'accès à des solutions de sommeil essentielles.

S'appuyant sur un partenariat qui a permis la réutilisation de plus de 33 270 matelas et 46 086 articles d'ameublement depuis sa création, IKEA Canada a également versé 100 000 $ sous forme de dons en nature au cours de l'EF26 afin de soutenir le programme Sleep Well de la Furniture Bank. Ce financement a permis de fournir des trousses de couchage et d'autres articles ménagers essentiels à des enfants et à des familles, principalement dans la région du Grand Toronto, avec un soutien supplémentaire à Ottawa par l'intermédiaire de Matthew House. Ensemble, ces initiatives montrent comment les pratiques commerciales circulaires peuvent créer une valeur à la fois sociale et environnementale en réduisant les déchets, en prolongeant la durée de vie des objets et en aidant les familles à se construire des logements plus sains et un avenir meilleur.

Culture et bien-être

Chez IKEA Canada, l'amélioration du quotidien commence au cœur même de notre entreprise : les personnes qui donnent vie à notre mission chaque jour. Alors que nous continuons à croître, à innover et à renforcer nos liens avec nos clients et les communautés, il reste essentiel pour notre réussite de soutenir la santé, le bien-être et le sentiment d'appartenance de nos collaborateurs.

Tout au long de l'EF26, nous avons continué à investir dans la sensibilisation à la santé mentale, dans des lieux de travail inclusifs et dans des occasions enrichissantes de créer des liens, contribuant ainsi à créer un environnement où les collaborateurs peuvent être eux-mêmes, se sentir soutenus et donner le meilleur d'eux-mêmes. Ces efforts se reflètent dans les résultats qui découlent de notre engagement : 83 % de nos collaborateurs déclarent se sentir proches de leurs collègues, 82 % affirment pouvoir être eux-mêmes chez IKEA, 82 % apprécient leur travail, et 81 % se disent fiers de travailler pour IKEA.

La sensibilisation à la santé mentale et au renforcement de la résilience est également restée une priorité essentielle. Par l'entremise du programme L'esprit au travail, des centaines de collaborateurs de IKEA Canada et plus de la moitié de nos responsables (54 %) ont suivi une formation visant à créer des environnements de travail psychologiquement sûrs et à fournir des outils pratiques pour favoriser la santé mentale et le bien-être.

L'EF26 a également marqué le lancement de GROW, notre tout nouveau groupe de ressources pour les collaborateurs. Grâce à des échanges et à des séances de formation axés sur des thèmes, tels que la santé mentale, la gestion du stress, le bien-être financier, la santé cardiaque et la gestion de promos mondiales, GROW a créé de nouvelles occasions pour les collaborateurs de tisser des liens, d'apprendre et de se soutenir mutuellement.

Ces initiatives contribuent à créer une culture dans laquelle les collaborateurs se sentent valorisés, responsabilisés et dotés des moyens nécessaires pour s'épanouir, renforçant ainsi les fondements qui nous permettent de mieux servir nos clients et les communautés à travers le Canada.



Changer pour une planète meilleure

Le développement durable fait partie intégrante de la vision IKEA depuis des décennies. Alors que nous célébrons nos 50 ans au Canada, nous poursuivons nos efforts pour bâtir un avenir où la planète et ses habitants peuvent s'épanouir ensemble.

Qu'il s'agisse de nos articles et solutions circulaires, de la réduction des émissions, de l'expansion des livraisons à domicile zéro émission, de nos investissements dans les énergies renouvelables ou de la réduction des déchets, nous continuons à prendre des mesures concrètes pour atteindre nos ambitions climatiques à long terme.



Carte de pointage d'objectifs EF26

Résultats

Plus de 568 k	77,4 %	13 420
livraisons à domicile à zéro émission réalisées partout au Canada	de déchets opérationnels recyclés	tonnes d'équivalent CO_2 générées par l'empreinte climatique des activités des bâtiments*

**L'empreinte climatique couvre la consommation d'énergie liée aux activités d'exploitation, les fuites de réfrigérant et les déchets ; elle inclut également la consommation de carburant des véhicules ainsi que les émissions associées à la production en amont de ce carburant et aux pertes du réseau électrique, mesurées à l'aide des données d'activité déclarées et de méthodes conformes au Protocole sur les GES.*

Prolonger la vie des articles IKEA

L'économie circulaire occupe une place de plus en plus importante dans la manière dont IKEA Canada contribue à améliorer le quotidien du plus grand nombre de Canadiens. Conçus dans un souci de qualité, de résistance et de longévité, les articles IKEA sont destinés à résister à des années d'utilisation quotidienne, permettant ainsi aux clients d'en profiter plus longtemps, de les réparer et de les réutiliser lorsque cela est possible, et, tout compte fait, de contribuer à une économie plus circulaire.

Alors que les attentes des clients ne cessent d'évoluer, IKEA Canada a élargi son offre de solutions circulaires afin de permettre aux articles de rester plus longtemps dans les foyers, de réduire les déchets et de rendre le mode de vie durable plus accessible et abordable. Grâce à des initiatives, telles que le programme Revendez-les, la boutique en ligne Tel quel, les programmes de pièces de rechange et des solutions de récupération innovantes, nous aidons les clients à tirer davantage de valeur de leurs achats tout en créant une expérience d'achat plus circulaire pour le plus grand nombre.

Garder les meubles d'occasion au sein de la famille

Depuis 2021, les Canadiens ont revendu plus de 43 000 articles IKEA, leur offrant ainsi une seconde chance dans un autre foyer. Chaque article retourné contribue à réduire les déchets et prolonge la durée de vie d'objets qui ont encore de belles années devant eux.





IKEA fait partie de ma vie depuis aussi loin que remonte ma mémoire. Parmi mes tout premiers souvenirs, il y a le lit superposé en pin IKEA que je partageais avec mes sœurs, les moments passés à jouer à Småland chez IKEA sur Sweden Way, et l'utilisation du bureau orange classique de IKEA tout au long de mes années d'école. IKEA était l'endroit où ma famille passait de nombreuses fins de semaine à magasiner et à prendre le déjeuner ensemble. Je garde un excellent souvenir du fait qu'il y avait toujours quelque chose de nouveau à découvrir à chaque visite et du temps passé à parcourir le catalogue annuel. IKEA n'a pas seulement meublé ma vie ; elle l'a façonnée, en créant des souvenirs et des occasions à chaque étape de mon parcours.

Koto Kakiuchi, collaboratrice Aménagement d'intérieur, IKEA Richmond



Faciliter encore davantage l'achat d'articles d'occasion

IKEA Canada a contribué à lancer la plateforme Tel quel en ligne, qui prolonge la durée de vie des articles IKEA d'occasion, retournés ou ayant servi de modèles d'exposition, tout en les rendant plus accessibles aux clients. Depuis son lancement, les Canadiens ont acheté plus de 144 000 articles sur notre plateforme Tel quel en ligne, générant plus de 8,9 millions de dollars de chiffre d'affaires, tout en permettant à des meubles de qualité de rester en service et d'éviter la décharge.

Moderniser la récupération des articles

Le lancement de l'outil numérique iRecover, utilisé par nos équipes Recouvrement, a transformé la manière dont les articles sont évalués, traités et récupérés à travers le Canada. En offrant une meilleure visibilité et traçabilité, cet outil permet de garantir qu'un plus grand nombre d'articles puissent être revendus, réutilisés ou gérés de manière responsable, renforçant ainsi les ambitions de IKEA Canada en matière d'économie circulaire.

Dans les coulisses : réduire les déchets et les coûts inutiles

Spartacus, un programme de gestion des pièces de rechange élaboré en interne, a été amélioré en 2021 pour répondre à un défi simple, mais important : des articles étaient parfois remplacés alors qu'un seul composant manquant ou endommagé suffisait à les maintenir en état de marche. Consciente de l'occasion de réduire les déchets, d'améliorer l'efficacité et d'offrir une meilleure expérience client, l'équipe canadienne a fait évoluer le programme afin de faciliter la récupération, le suivi et la redistribution des pièces de rechange au sein de l'entreprise. En offrant aux collaborateurs une meilleure visibilité sur les composants accessibles, Spartacus contribue à garantir que les articles puissent être réparés plutôt que remplacés dans la mesure du possible. Cela permet de prolonger la durée de vie des objets, de réduire les déchets inutiles et les transports, et de soutenir l'engagement de IKEA Canada en faveur de l'économie circulaire en prolongeant la durée d'utilisation des articles. L'impact a été considérable. Depuis 2021, Spartacus a aidé IKEA Canada à économiser plus de 19 millions de dollars tout en améliorant l'efficacité opérationnelle à tous les niveaux de l'entreprise. Tout aussi important, il a contribué à améliorer l'expérience client en permettant aux clients d'accéder aux pièces dont ils ont besoin pour réparer et continuer à utiliser les articles qu'ils possèdent déjà, sans frais supplémentaires. En réduisant les besoins de remplacement, en accélérant le service et en prolongeant la durée de vie des objets dans les foyers, Spartacus démontre comment une innovation locale peut apporter des avantages aux clients, à l'entreprise et à la planète.



Réduire l'impact climatique de nos activités

La réduction de l'impact climatique de nos activités reste une priorité constante pour IKEA Canada. À la fin de l'EF26 (août 2026), notre empreinte climatique pour l'année était de 13 420 tonnes de CO_2e, ce qui est inférieur à notre objectif d'émissions pour l'année.

Alors que nous continuons à étendre notre présence à travers le Canada, nous restons concentrés sur notre ambition de réduire notre empreinte climatique liée à nos activités de 85 % d'ici 2030, par rapport à un niveau de référence de 2016. Afin de contribuer à la réduction des émissions de nos bâtiments, des projets de chauffage et de climatisation à partir d'énergies renouvelables sont en cours sur nos sites de Coquitlam, Montréal et Ottawa. Ces projets devraient permettre de réduire notre dépendance au gaz naturel en augmentant l'utilisation de systèmes de chauffage et de climatisation électriques. De plus, notre nouveau centre de distribution clients (CDC) à Hamilton est en cours de construction et devrait devenir le premier bâtiment d'exploitation à zéro émission nette du Groupe Ingka, marquant ainsi une étape importante dans nos efforts visant à intégrer des pratiques de construction durables à notre croissance future.

La consommation d'énergie reste également un axe prioritaire. À la fin août 2026, la consommation d'énergie s'élevait à 170,4 kWh/m², contre un objectif de 160 kWh/m². Les caractéristiques météorologiques, notamment des saisons intermédiaires plus courtes et des températures extrêmes plus fréquentes, continuent d'influencer la demande énergétique des bâtiments.

Afin de mieux comprendre et gérer la consommation d'énergie sur l'ensemble de nos sites, nous avons amélioré notre système de gestion des bâtiments en y intégrant de nouvelles fonctionnalités de suivi qui permettent de cerner les zones de consommation élevée et d'orienter les améliorations opérationnelles. Ces données viennent étayer nos efforts continus visant à améliorer l'efficacité énergétique dans l'ensemble de nos magasins et de nos installations.

Accélérer la transition vers des livraisons à domicile zéro émission

Cette année, plus de 568 000 livraisons d'articles volumineux et encombrants ont été effectuées au domicile des clients partout au Canada à l'aide de véhicules zéro émission (VZÉ). Dans le cadre de notre engagement à réduire les émissions liées aux livraisons à domicile, IKEA Canada s'était fixé pour objectif, au mois d'août 2026, d'effectuer 75 % de toutes les livraisons d'articles volumineux et encombrants à l'aide de VZÉ. Nous avons dépassé cet objectif en atteignant 79 %, ce qui représente notre plus forte part mensuelle de livraisons en VZÉ à ce jour.

Derrière chaque livraison se cache une nouvelle étagère en cours d'assemblage, un premier appartement qui prend forme ou une famille réunie autour d'une nouvelle table à manger. Et désormais, un plus grand nombre de ces trajets s'effectuent avec des émissions réduites.

Franchir cette étape au cours de l'EF26 nous rapproche de notre objectif : réaliser plus de 90 % des livraisons à domicile de marchandises volumineuses et encombrantes sans émissions d'ici 2028. En collaboration avec nos partenaires de livraison, nous continuons d'investir dans les gens, les partenariats et les infrastructures qui contribueront à rendre cela possible.

Car améliorer le quotidien du plus grand nombre commence bien avant la porte d'entrée.

Favoriser l'économie circulaire grâce à la réduction des déchets

Chaque jour, de petites décisions peuvent avoir un impact considérable. Qu'il s'agisse de trouver de nouvelles utilisations aux matériaux ou de réduire les déchets avant même qu'ils ne soient générés, les collaborateurs IKEA Canada contribuent à mettre en place des méthodes de travail plus circulaires.

Leurs efforts ont permis d'éviter que 77,4 % des déchets d'exploitation ne finissent à la décharge au cours de l'EF26, contribuant ainsi à maintenir davantage de matériaux en circulation grâce au recyclage, à la réutilisation et au recouvrement. Parallèlement, les groupes de travail zéro déchet au sein des différents établissements à travers le pays explorent de nouvelles solutions pour les matériaux difficiles à recycler et constatent des occasions de réduction des déchets dans l'ensemble de nos activités. Bien qu'il reste encore du chemin à parcourir, ces initiatives contribuent à jeter les bases de notre ambition d'atteindre l'objectif zéro déchet d'ici 2030.

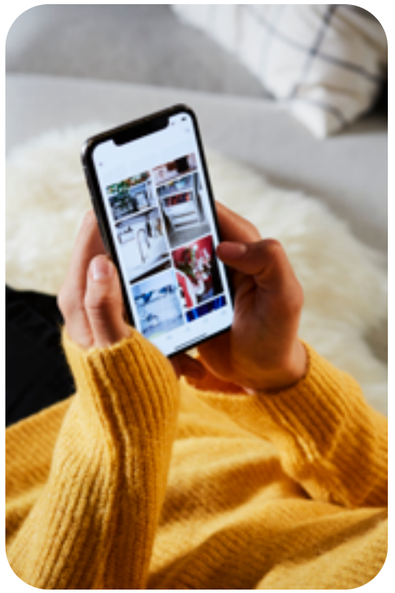


Bâtir une meilleure entreprise

Alors que les attentes des clients ne cessent d'évoluer, IKEA Canada investit dans les compétences, les infrastructures et l'innovation nécessaires pour répondre aux besoins du plus grand nombre dans les années à venir.

Aujourd'hui, ce parcours se poursuit grâce à des investissements stratégiques dans l'accessibilité, la formation, l'innovation numérique, la logistique et de nouveaux points de rencontre clients, conçus pour rapprocher IKEA d'un plus grand nombre de Canadiens.

Alors que le commerce de détail continue de se transformer, notre objectif reste clair : créer des expériences d'achat fluides, abordables et durables qui nous aident à mieux servir le plus grand nombre, aujourd'hui et pour les générations à venir.



Carte de pointage d'objectifs EF26

Résultats

12 %

de hausse des ventes du programme IKEA pour entreprises

41 %

des articles vendus étaient accompagnés d'un service connexe

IKEA pour entreprises

Partout au Canada, les entreprises continuent de se tourner vers IKEA pour trouver des solutions abordables, fonctionnelles et adaptées à la vraie vie. Nos familles d'articles les plus vendues reflètent la diversité des besoins de nos clients : les meubles de cuisine SEKTION et les tiroirs MAXIMERA permettent de créer des espaces efficaces et fonctionnels ; les bureaux MITTZON et les cloisons acoustiques favorisent des environnements de travail productifs et inspirants ; et les canapés KLIPPAN apportent confort et flexibilité aux logements locatifs, aux salons et aux espaces de détente. Cette forte demande se traduit par la croissance continue de notre entreprise. En effet, IKEA pour entreprises a enregistré une croissance de son chiffre d'affaires de plus de 12 % au cours de l'EF26, ce qui démontre la valeur que les entreprises canadiennes accordent à nos aménagements.

Derrière ces chiffres se cachent des histoires qui ont un réel impact. L'un des projets les plus significatifs de cette année a été notre partenariat avec Chisholm Services for Children à Halifax, une organisation qui se consacre à soutenir les enfants et les jeunes confrontés à l'adversité en leur offrant des environnements sûrs et bienveillants. Au cours de l'EF26, Chisholm a ouvert deux nouveaux foyers spécialisés conçus pour répondre aux besoins propres aux enfants dont elle a la charge, créant ainsi des espaces où les jeunes peuvent se sentir en sécurité, soutenus et en mesure de s'épanouir.

L'équipe IKEA pour entreprises est fière d'avoir contribué à donner vie à cette vision. En étroite collaboration avec Chisholm, nous avons participé à la conception et à l'aménagement des espaces clés de ces foyers, notamment les cuisines, les vestiaires, les chambres et les espaces de vie communs. Chaque pièce a été aménagée avec soin pour être à la fois accueillante et fonctionnelle, afin de répondre au mieux aux besoins de ses futurs occupants.

Ce qui a rendu ce projet particulièrement mémorable, c'est l'esprit de collaboration qui a permis sa réalisation. Grâce au généreux soutien des services Taskrabbit, les membres de notre équipe d'acteurs du changement ont passé deux jours à assembler des meubles et à préparer les logements pour l'emménagement. Ensemble, nous avons transformé des pièces vides en espaces chaleureux et habitables, prêts à accueillir des enfants et des jeunes. Cette initiative a mobilisé 20 collaborateurs en tant qu'acteurs du changement et a eu un impact positif durable sur la vie de huit jeunes Canadiens.

Ce partenariat illustre parfaitement comment IKEA pour entreprises peut créer de la valeur au-delà de la réussite commerciale. En alliant un design bien pensé, le travail d'équipe et un partenariat communautaire, nous avons contribué à créer des foyers où les enfants peuvent éprouver un véritable sentiment d'appartenance et entrevoir de nouvelles possibilités, transformant ainsi le mobilier du quotidien en fondement d'un avenir meilleur.





Avec le recul, je n'aurais jamais imaginé passer de l'admiration que j'avais pour IKEA en tant qu'étudiant en design à celle d'un client fidèle, pour finalement devenir un collaborateur IKEA. Travailler ici m'a permis de découvrir la marque sous un tout nouvel angle – non seulement à travers ses articles et ses salles d'exposition, mais aussi à travers ses employés, sa culture et ses valeurs. Cela n'a fait que renforcer mon admiration pour une entreprise qui m'inspire depuis tant d'années.

Wei Chen, spécialiste Ventes, services Cuisines, CSC IKEA Canada

Rapprocher IKEA d'un plus grand nombre de Canadiens

La vie et les habitudes d'achat des Canadiens ont considérablement évolué au cours des 50 dernières années, et IKEA Canada continue de s'adapter à ces nouvelles réalités. Au cours de l'EF26, nous avons élargi l'accès à IKEA grâce à de nouveaux points de rencontre clients, à une offre de services améliorée et à davantage d'occasions pour les clients de bénéficier de l'expertise en aménagement de la maison à proximité de chez eux.

L'ouverture de nouveaux centres de planification et de commande à Abbotsford, Gatineau et Kelowna a porté à 13 le nombre de nos points de service au Canada. Ces points de vente permettent aux clients de bénéficier de conseils d'experts pour l'aménagement de leurs cuisines, armoires-penderies et autres projets d'ameublement, tout en leur offrant un moyen pratique d'explorer des agencements et de passer des commandes sans avoir à se rendre dans un magasin pleine grandeur.

Nous avons également étendu notre présence grâce au lancement de six points de ramassage mobiles, offrant ainsi aux clients des moyens plus abordables et plus pratiques de récupérer leurs achats dans des localités situées au-delà de notre réseau traditionnel de magasins.

Ensemble, ces investissements contribuent à rendre IKEA plus accessible à un plus grand nombre de Canadiens, tout en soutenant notre ambition de proposer des aménagements intérieurs abordables et bien conçus, à proximité des lieux où les gens vivent, travaillent et s'épanouissent.

Renforcement de notre réseau de traitement des commandes

Alors que les attentes des clients ne cessent d'évoluer, IKEA Canada investit dans un réseau de distribution plus solide et mieux connecté, conçu pour rendre les achats plus pratiques, plus abordables et plus durables.

Au cours de l'EF26, les travaux de construction du projet d'agrandissement du centre de traitement des commandes de Richmond, en Colombie-Britannique, ont débuté, tandis que l'ouverture du nouveau centre de distribution clients de Hamilton, en Ontario est toujours prévue pour l'EF27. Ensemble, ces investissements permettront d'accroître la capacité du réseau et d'offrir aux clients des options de livraison plus rapides et plus souples partout au Canada.

Nous avons également fait progresser la transformation de notre réseau de distribution en introduisant de nouvelles technologies qui améliorent l'efficacité et la fiabilité de la gestion des commandes et des opérations de livraison. Ces systèmes optimisés permettent de définir des créneaux de livraison plus précis, de planifier les itinéraires de manière plus intelligente, d'améliorer le suivi des commandes et d'offrir une expérience plus fluide aux clients, de l'achat à la livraison.

Ces investissements renforcent les fondements nécessaires pour soutenir notre croissance future tout en nous aidant à répondre aux besoins en constante évolution des clients à travers le pays.

Créer une expérience omnicanale fluide

Les clients s'attendent de plus en plus à pouvoir interagir avec IKEA où et comme ils le souhaitent. Qu'il s'agisse de concevoir une cuisine en ligne, de s'entretenir à distance avec un spécialiste, de faire leurs achats en magasin ou d'organiser une livraison, ils s'attendent à vivre une expérience fluide et pratique à chaque point de contact.

Aujourd'hui, IKEA Canada propose près de 50 services pour accompagner les clients tout au long de leur parcours d'aménagement de leur intérieur. Plus de 41 % des articles vendus sont associés à un service, ce qui reflète la demande croissante de solutions permettant de gagner du temps, de simplifier les démarches et de rendre l'aménagement de la maison plus accessible.

L'accessibilité financière est restée une priorité tout au long de l'EF26. Tous les services d'aménagement ont été proposés gratuitement, ce qui a contribué à lever les obstacles et à permettre à davantage de clients d'accéder à l'aide d'experts. Nous avons également continué à améliorer l'intégration de nos offres de services, créant ainsi un parcours plus fluide, de la conception et de l'achat jusqu'à l'installation et au service après-vente.

La plateforme à distance IKEA a continué à élargir l'accès à l'expertise en matière d'ameublement d'intérieur à travers tout le Canada. Grâce à des rendez-vous d'aménagement virtuels, les clients peuvent entrer en contact avec des spécialistes des cuisines, des armoires-penderies, du rangement et de l'aménagement de toute la maison, où qu'ils se trouvent dans le pays.

Ce canal a enregistré des résultats records au cours de l'EF26. Près de 500 rendez-vous d'aménagement PAX ont été menés à bien lors de la promo de janvier, soit plus du double de l'année précédente. Le premier jour de la promo Cuisines d'avril, les ventes à distance ont enregistré la meilleure journée de vente de l'histoire de la plateforme. Lors de la promo Cuisines de juillet, l'équipe a tenu 1780 rendez-vous de planification de cuisine à distance, soit environ deux fois et demie plus que l'année précédente. Dans l'ensemble, la plateforme à distance reste en bonne voie pour enregistrer une croissance à deux chiffres pour une quatrième année consécutive.

Afin d'améliorer encore l'expérience client, IKEA Canada a mis en place plusieurs améliorations numériques tout au long de l'EF26. Parmi les améliorations apportées, citons l'enregistrement des cartes de paiement pour les membres IKEA Family, une utilisation élargie de l'appli IKEA et de la fonction Achats éclair, une meilleure communication avec les clients ainsi que des outils optimisés permettant à ces derniers de vérifier la disponibilité des articles, de gérer leurs commandes, d'accéder à l'assistance et de faire leurs achats en toute confiance.

Ces investissements contribuent à créer une expérience d'achat plus intuitive, connectée et souple, tout en permettant aux clients d'interagir plus facilement avec IKEA selon leurs préférences.



Investir dans nos collaborateurs et nos compétences

Offrir une expérience omnicanale fluide ne se limite pas aux nouvelles technologies et aux infrastructures. Cela dépend également de la capacité à doter nos collaborateurs des compétences, des connaissances et de la confiance nécessaires pour accompagner les clients, quel que soit le lieu ou la manière dont ils choisissent de faire leurs achats.

Tout au long de l'EF26, IKEA Canada a continué d'investir dans des initiatives d'apprentissage et de perfectionnement visant à soutenir à la fois l'épanouissement individuel et la transformation de l'entreprise. Dans le cadre de l'initiative Priorité extraordinaire de l'EF26, intitulée Cuisine et salle à manger complètes, les collaborateurs ont participé à un programme de formation complet conçu pour renforcer leur connaissance des articles et leur expertise en matière de service client.

Nous avons également élargi l'offre de formations pratiques permettant aux collaborateurs de gagner en confiance dans l'utilisation des outils numériques, d'apprendre grâce à l'encadrement entre pairs et de mettre directement en pratique leurs nouvelles compétences lors de leurs interactions avec les clients.

Ces efforts ont contribué à renforcer la confiance des collaborateurs et à offrir une expérience client plus fluide sur tous les canaux. Ils ont également réaffirmé notre engagement en faveur de l'apprentissage continu, véritable moteur de la transformation en cours chez IKEA Canada.

Nous sommes fiers que notre travail dans le cadre du programme Orientation client ait été récompensé par une nomination au prix d'excellence dans le commerce de détail du Conseil canadien du commerce de détail, dans la catégorie d'épanouissement des talents, ce qui reflète notre engagement à préparer nos collaborateurs à l'avenir du commerce de détail.

Contribuer à façonner l'avenir du commerce de détail

Améliorer la vie au quotidien va au-delà de nos magasins et de nos canaux numériques. Cela signifie également contribuer à des débats importants sur des sujets, tels que l'abordabilité, la durabilité et la circularité.

Tout au long de l'EF26, IKEA Canada a renforcé ses relations avec les responsables gouvernementaux, les parties prenantes du secteur et les partenaires locaux afin de partager des idées, de collaborer pour relever des défis communs et de promouvoir des solutions au service des personnes, des communautés et de la planète.

Dans le cadre du Mois de l'économie circulaire, IKEA a accueilli Todd McCarthy, ministre de l'Environnement, de la Conservation et des Parcs de l'Ontario, afin de lui présenter nos initiatives commerciales circulaires, notamment le programme Revendez-les et les solutions de recouvrement des articles. IKEA a également reçu le premier ministre ontarien Doug Ford au magasin IKEA d'Etobicoke pour lui présenter des approches qui aident les Canadiens à économiser, à réduire leurs déchets et à accéder à des aménagements intérieurs abordables.

Au niveau fédéral, les dirigeants IKEA ont rencontré des ministres, des députés, de hauts fonctionnaires et des organisations sectorielles pour discuter des priorités liées à l'abordabilité, à la durabilité, à la croissance économique et à la circularité.

En tissant des liens et en participant à un dialogue constructif, IKEA Canada continue de contribuer à orienter les discussions qui comptent pour les clients, les communautés et l'avenir du commerce de détail.

Réflexions des collaborateurs de IKEA Canada

Depuis 50 ans, le succès de IKEA Canada repose sur ses nombreux collaborateurs dont le talent, l'engagement et les valeurs communes ont façonné notre entreprise et notre culture. Qu'il s'agisse d'accompagner nos clients et nos communautés ou de stimuler l'innovation et la croissance, leurs contributions ont défini notre identité et la manière dont nous améliorons le quotidien du plus grand nombre.

Alors que nous célébrons cette étape importante, nous rendons hommage aux collaborateurs, passés et présents, dont le dévouement a contribué à bâtir IKEA Canada et continue de façonner son avenir. Voici quelques-unes de leurs réflexions.

Une vie chez IKEA



Lorsque j'ai rejoint IKEA en 1989 en tant que collaborateur Entrepôt, je n'aurais jamais imaginé que je serais encore là 38 ans plus tard en tant que chef de service adjoint au centre de distribution. Parmi mes meilleurs souvenirs, il y a les célébrations et les moments marquants que nous avons partagés au fil des ans. La chaîne d'approvisionnement a considérablement évolué depuis mes débuts, mais ce qui est resté constant, c'est ce fort esprit d'équipe et ce sentiment d'appartenance. Voir l'entreprise et ses collaborateurs évoluer a été la partie la plus enrichissante de mon parcours.

Marco Dubé, chef de service adjoint Traitement des commandes et réapprovisionnement, CD/CDC IKEA Beauharnois



J'ai rejoint IKEA il y a 34 ans en tant qu'employé occasionnel chargé des chariots et, aujourd'hui, je suis directeur Traitement des commandes. Mon meilleur souvenir chez IKEA, c'est d'avoir rencontré ma future épouse alors qu'elle travaillait comme caissière, ce qui rend mon parcours chez IKEA encore plus spécial. Au fil des années, la technologie et notre façon de travailler ont radicalement changé, mais ce qui compte le plus est resté inchangé. Ce qui est resté constant au fil des années, c'est l'importance des personnes qui vous entourent et notre engagement commun à prendre soin des clients. C'est ce qui continue de faire de IKEA un lieu de travail unique.

Menelaos Papadopoulos, directeur Traitement des commandes, CDC IKEA Vancouver



J'ai commencé mon parcours chez IKEA il y a 32 ans en tant que collaboratrice Marchandisage et j'occupe aujourd'hui le poste de directrice de marché. L'un de mes meilleurs souvenirs est d'avoir participé à l'ouverture d'un magasin et d'avoir vécu l'effervescence liée à l'arrivée de IKEA dans une nouvelle communauté. Le changement le plus marquant que j'ai observé, c'est la quantité bien plus importante de données et d'informations dont nous disposons aujourd'hui. Nous comprenons mieux nos clients et pouvons prendre des décisions plus éclairées. Nos rôles sont devenus plus stratégiques, mais notre objectif reste le même : créer de la valeur significative pour les clients et aider IKEA à poursuivre sa croissance.

Annika Lenoir, directrice de marché, IKEA Québec

Au service de nos clients en première ligne



Depuis 22 ans, IKEA est bien plus qu'un simple lieu de travail pour moi. C'est là que j'ai noué des amitiés pour la vie, que je me suis épanouie en tant que leader et que j'ai traversé de nombreuses étapes de ma vie, notamment en devenant maman. Les expériences que j'ai vécues et les relations que j'ai nouées au fil du temps ont contribué à forger ma personnalité, tant sur le plan professionnel que personnel. Je garde notamment en mémoire un moment où une cliente rencontrait plusieurs difficultés avec sa commande d'armoire-penderie PAX. Ensemble, nous avons résolu ces problèmes et trouvé des solutions pour remettre son projet sur les rails. Quelques mois plus tard, elle est revenue au magasin, m'a immédiatement reconnue et s'est précipitée vers moi pour me serrer dans ses bras. Entendre à quel point notre soutien avait compté pour elle a été incroyablement gratifiant et m'a rappelé que derrière chaque commande se cache une personne et une histoire. Ce que j'apprécie le plus chez IKEA, c'est que, même après toutes ces années, notre raison d'être reste la même. Nous nous efforçons d'améliorer un peu le quotidien de nos clients, et ce sont ces liens significatifs et ces moments d'attention sincère qui continuent de m'inspirer chaque jour.

Saney Thi Nguyen, cheffe de service adjointe Expérience client, IKEA Burlington



J'ai toujours été passionnée par la création d'espaces à la fois beaux et fonctionnels, ce qui m'a d'abord attirée chez IKEA. Depuis que j'ai rejoint l'entreprise en 2019, j'ai eu l'occasion d'évoluer, d'explorer différents rôles et de me lancer sans cesse de nouveaux défis. Ce qui m'inspire, c'est notre culture et la conviction que chacun peut s'épanouir et progresser. À l'avenir, j'espère continuer à contribuer à la croissance de IKEA tout en restant fidèle aux valeurs qui font son caractère unique. J'aspire également à m'épanouir en tant que leader et à accompagner le progrès de mes futurs collaborateurs et de mes équipes.

Laury-Anne Chiasson, spécialiste Conception de magasin, IKEA Québec

Avoir un impact partout au Canada

Quand je repense à mes 17 années chez IKEA, ce que j'apprécie le plus, ce sont les occasions de perfectionnement et la diversité culturelle qui font de IKEA Canada un lieu de travail si unique. L'un des moments dont je suis le plus fier a été l'ouverture d'un nouveau centre de distribution clients au Canada en tant que directeur d'établissement, une étape que je n'aurais jamais imaginée lorsque j'ai commencé comme collaborateur étudiant chargé de préparer les commandes des clients en Allemagne. Grâce à l'appui de leaders et de mentors inspirants tout au long de mon parcours, j'ai découvert que le traitement des commandes est l'un des aspects les plus stimulants, passionnants et enrichissants de ma carrière. Il y a dix ans, le traitement de commandes n'était qu'une composante du commerce de détail. Aujourd'hui, c'est le commerce de détail qui dépend de lui. Alors que les besoins de nos clients continuent d'évoluer, nous demeurons déterminés à leur offrir un juste équilibre entre accessibilité, commodité et efficacité, aujourd'hui comme pour l'avenir de IKEA Canada.

Lars Heller, directeur Disponibilité et conception réseau, Bureau de services IKEA Canada





Depuis mon arrivée chez IKEA Canada en 2010, j'ai eu l'occasion de grandir et de me développer bien au-delà de ce que j'aurais imaginé, tant sur le plan personnel que professionnel. Ce qui a commencé comme un poste à temps partiel de collaborateur aux ventes pendant mes études universitaires s'est transformé en une carrière qui m'a permis de relever des défis, de grandir et d'accéder à mon poste actuel de spécialiste du contenu au sein de notre équipe nationale de marketing. Tout au long de ce parcours, j'ai eu l'occasion d'acquérir de nouvelles compétences, de participer à des projets stimulants et de tisser des liens significatifs. En fait, c'est chez IKEA que j'ai rencontré ma femme, ce qui rend cet endroit encore plus spécial pour moi. Je suis reconnaissant de faire partie de la famille IKEA et de son histoire au Canada. Levons nos verres aux 50 prochaines années et à toutes celles qui suivront !

Patrick Dennis, spécialiste du contenu marketing, Bureau de services IKEA Canada

Accompagner les clients en coulisses



Au cours des six dernières années chez IKEA, aider les clients à créer des intérieurs qui s'adaptent parfaitement à leur mode de vie a été l'un des aspects les plus gratifiants de mon métier. L'une des réalisations dont je suis particulièrement fière est la conception de la Maison Enfant Soleil. Le fait de voir ce projet venir en aide aux enfants et aux familles partout au Québec lui a donné une dimension incroyablement significative. À l'avenir, j'espère continuer à inspirer les clients et à être une ambassadrice positive pour IKEA. Aider les gens à créer des intérieurs où ils se sentent à l'aise, en sécurité et heureux ; voilà ce qui me motive chaque jour.

Joelle Burelle, spécialiste Design d'intérieur, Centre de soutien clients



Au cours de mes six années chez IKEA, l'une de mes plus grandes fiertés a été de participer à la mise en œuvre d'un projet pilote axé sur un service après-vente proactif destiné aux clients ayant acheté une cuisine. Ce fut passionnant de participer à la mise en place de quelque chose de nouveau, d'accompagner mes collègues dans cette démarche et d'apporter des idées qui influenceront les futures méthodes de travail. Les commentaires positifs que nous avons reçus de la part des clients ont rendu cette expérience particulièrement enrichissante. À l'avenir, j'aimerais évoluer vers un poste où je pourrais accompagner et faire évoluer mes collègues tout en contribuant à la création d'outils et de processus qui rendent le travail plus facile et plus efficace.

Savannah Smith, spécialiste Résolution, Centre de soutien clients



Mes cinq années chez IKEA ont été marquées par l'épanouissement et de nouvelles perspectives. J'ai commencé par travailler de nuit au CDC, où l'on m'a très tôt confié des responsabilités et encouragée à acquérir de nouvelles compétences. Lors de la transition de Brossard à Beauharnois, j'ai endossé un rôle de coordonnatrice et acquis une expérience précieuse en soutenant l'entreprise et en contribuant à garantir une expérience client fluide. Je suis particulièrement fière de la confiance que j'ai acquise au fil du temps. Par la suite, j'ai pris plaisir à contribuer à divers projets, notamment des initiatives liées aux installations, le soutien à d'autres équipes et la participation aux activités de communication. Ces expériences m'ont permis de découvrir de nouvelles forces et m'ont donné envie d'explorer de futures occasions dans les domaines de la communication et du soutien opérationnel chez IKEA.

Danika Mercier, collaboratrice Traitement des commandes et réapprovisionnement, CD/CDC IKEA Beauharnois

Construire les 50 prochaines années

Mon lien avec IKEA remonte à bien avant que je ne devienne collaborateur. Ayant grandi à Hong Kong, les visites en famille chez IKEA m'ont laissé des souvenirs qui m'ont marqué pendant des années. Après mon arrivée au Canada, IKEA m'a aidé à me sentir chez moi lors d'une transition majeure de ma vie, et rejoindre IKEA Edmonton en 2025 a été pour moi un rêve devenu réalité. À l'avenir, j'espère contribuer à créer des expériences inspirantes tant pour les clients que pour les collaborateurs, tout en œuvrant pour que IKEA soit une entreprise inclusive où chacun se sent à sa place et où chaque petite idée a le potentiel de devenir quelque chose de plus grand.

Kurtis Li, directeur Opérations clients, IKEA Edmonton





Au cours de cette année et demie passée chez IKEA, j'ai eu la chance incroyable de travailler aux côtés de collègues passionnés qui incarnent véritablement les valeurs de IKEA. Mon parcours a commencé en 2006, alors que j'étais encore un petit garçon au Moyen-Orient, où j'ai été captivé par l'immense magasin IKEA et ses étalages inspirants. En grandissant, ma famille a apprécié la qualité à prix abordable proposée par IKEA, et j'ai été séduit par l'assortiment unique et l'expérience client. L'ouverture prochaine de notre centre de distribution clients ultramoderne à Hamilton marque le début d'un nouveau chapitre passionnant. C'est une formidable occasion de servir nos clients de manière innovante tout en restant fidèles à notre valeur qui consiste à prendre soin de la planète et de ses habitants. J'espère que IKEA continuera à avoir un impact positif sur la vie des Canadiens. Je suis ravi de jouer un rôle dans cet avenir.

Krishna Akella, spécialiste Communications, CDC IKEA Hamilton

Réflexions de la direction

Au cours des cinq dernières décennies, IKEA Canada est passé d'un simple magasin à une entreprise qui touche la vie de millions de Canadiens chaque année. Derrière cette croissance se cache un engagement inébranlable envers nos valeurs, nos collaborateurs et notre raison d'être.

Alors que nous nous tournons vers l'avenir, nous restons inspirés par la passion de nos collaborateurs, la confiance de nos clients et les perspectives qui s'offrent à nous. Tandis que le paysage du commerce de détail continue d'évoluer, notre engagement à améliorer le quotidien du plus grand nombre reste aussi fort aujourd'hui qu'il l'était lorsque nous avons ouvert nos portes il y a 50 ans.

En cette année marquant nos 50 ans au Canada, nos dirigeants nous font part de leurs réflexions sur ce parcours et sur ce que cette étape importante représente pour eux.





Lorsque je repense aux 50 années de parcours de IKEA au Canada, je suis extrêmement fière du rôle que nous avons joué dans les foyers, la vie et les communautés des Canadiens d'un océan à l'autre. La contribution positive que nous avons apportée au cours des cinq dernières décennies est à la fois touchante et inspirante. Être présents dans les foyers des gens et avoir la chance de contribuer à leur quotidien est un privilège que nous ne tenons jamais pour acquis. Ce privilège s'accompagne également de la responsabilité de continuer à créer un changement positif, à soutenir des communautés plus fortes et à contribuer à l'amélioration de la vie quotidienne de nombreux Canadiens pour les générations à venir.

Tanya Bevington, directrice Communications, IKEA Canada



Félicitations à IKEA Canada pour ces 50 années exceptionnelles. IKEA fait partie intégrante des foyers canadiens, y compris du mien depuis plus de quatre décennies, et rassemble les générations grâce à un design fonctionnel et abordable. Ce qui compte le plus pour moi, c'est de faire partie d'une entreprise qui place l'humain au cœur de ses préoccupations. Notre culture d'appartenance, d'authenticité et de valeurs partagées permet à nos collaborateurs d'avoir un impact réel au quotidien. Ce socle solide est ce qui rend IKEA unique et continuera d'inspirer les 50 prochaines années.

Tanja Fratangeli, directrice Ressources humaines, IKEA Canada

Alors que nous célébrons nos 50 ans au Canada, nous concentrons nos efforts afin de rendre IKEA encore plus accessible et connectée pour nos clients. En poursuivant notre transformation numérique et en renforçant notre expérience omnicanale, nous simplifions la façon dont les clients font leurs achats et dont nous fonctionnons. Cette étape importante est à la fois un reflet de notre héritage, dont nous sommes fiers, et une occasion de bâtir une entreprise IKEA plus agile, plus durable et prête pour l'avenir, pour les générations à venir.

Amanda Effron, directrice Services numériques, IKEA Canada





Le 50e anniversaire de IKEA Canada célèbre cinq décennies passées à aider les Canadiens à créer une meilleure vie à la maison. Pour moi, ce sont les souvenirs, les relations et la vision commune que nous avons construits avec nos collaborateurs et nos clients au fil des ans. Je suis particulièrement fière de l'engagement de IKEA à rendre le mode de vie durable plus accessible et à avoir un impact positif sur les communautés que nous servons. Cette étape importante reflète les gens, les valeurs et la culture qui font de IKEA un endroit si spécial, et je suis ravie de célébrer cet anniversaire avec les collaborateurs, les clients et les Canadiens qui ont fait partie de ce parcours remarquable.

Jessie Quick, directrice Personnel, IKEA Canada

Perspectives pour l’EF27

Célébrons ensemble 50 ans de moments de la vie

Cette année, nous sommes fiers de fêter nos 50 ans au Canada.

Pour nous, cette étape importante va bien au-delà de l’ouverture de notre premier magasin. C’est la célébration du rôle que IKEA a joué en aidant les Canadiens à créer des intérieurs qui reflètent leur personnalité, s’adaptent à leur mode de vie et les rapprochent des personnes qui comptent le plus pour eux. Depuis cinq décennies, notre vision, qui consiste à améliorer le quotidien du plus grand nombre, guide toutes nos actions.

À la maison, les grands événements de la vie côtoient les petits moments du quotidien. Qu’il s’agisse de se réunir autour de la table du souper, d’accueillir de nouveaux membres de la famille ou de trouver des moments de calme, de complicité et de joie, IKEA est fière de contribuer à créer des espaces qui rendent le quotidien un peu meilleur.

Si le 2 octobre marque l’anniversaire de l’ouverture de notre premier magasin canadien à Richmond, en Colombie-Britannique, nous souhaitons célébrer ces moments tout au long de l’exercice financier. Aux côtés de nos collaborateurs, de nos clients et de nos partenaires communautaires, nous marquerons cette étape importante par des initiatives porteuses de sens qui honorent notre passé, célèbrent notre présent et contribuent à façonner un avenir meilleur.

La nouvelle génération de magasins IKEA

À mesure que la vie des Canadiens évolue, leurs attentes vis-à-vis des commerçants changent également. Certains clients recherchent l’inspiration tout en faisant leurs courses. D’autres souhaitent pouvoir faire leurs achats plus rapidement et plus facilement, à proximité de chez eux. Alors que nous entamons nos 50 prochaines années, IKEA explore de nouveaux formats de magasins conçus en fonction des modes de vie actuels.

Cet automne, nous avons lancé un nouveau format : des magasins IKEA compacts, conçus pour faciliter le quotidien, dont le premier a ouvert ses portes à London, en Ontario. Grâce à une configuration plus compacte et à une localisation où de nombreuses personnes font déjà leurs achats quotidiens, ces magasins IKEA de proximité offrent une expérience d’achat rapide et pratique. Nous sommes impatients de proposer nos aménagements d’intérieur abordables et durables à encore plus de communautés, afin de les rendre accessibles à un plus grand nombre.



Pour moi, IKEA a toujours représenté bien plus qu’un simple emploi, et les articles ont toujours été bien plus que de simples objets. IKEA, c’est pour moi le foyer et la famille ; c’est un endroit où j’ai pu faire évoluer ma carrière, ma famille et moi-même.

Reg Gibson, chef de service adjoint Traitement des commandes, CDC IKEA Toronto



Les 50 prochaines années

Les logements des Canadiens continueront d’évoluer. La technologie progressera. Les communautés grandiront et changeront. Les attentes en matière d’abordabilité, d’accessibilité et de durabilité continueront de croître.

Ce qui ne changera pas, c’est l’engagement de IKEA Canada à comprendre les besoins et les rêves du plus grand nombre. Au cours des 50 prochaines années, nous continuerons d’investir dans des expériences d’achat innovantes, des solutions durables, des capacités numériques, des modèles économiques circulaires et des partenariats communautaires qui contribuent à créer une meilleure vie à la maison.

Alors que nous nous tournons vers l’avenir, nous sommes motivés par les perspectives qui s’offrent à nous et reconnaissants envers tous ceux qui ont participé à notre aventure jusqu’à présent.

TACK, Canada !

(Cela signifie « merci » en suédois.)

Alors que IKEA Canada fête ses 50 ans, nous rendons hommage avec gratitude à toutes les personnes qui ont rendu cette aventure possible.

Depuis cinq décennies, les Canadiens nous ont accueillis dans leur vie, contribuant ainsi à faire de IKEA ce qu'elle est aujourd'hui. Au fil du temps, nous avons partagé d'innombrables moments de complicité, de bien-être, de fête et de changement, et nous sommes honorés d'avoir joué un rôle dans les foyers et les communautés à travers tout le pays.

Cette étape importante rend également hommage aux nombreux collaborateurs, clients, partenaires et associations locales qui ont apporté leur énergie, leurs idées et leur soutien au fil des ans. Ensemble, nous avons créé des espaces qui inspirent la vie quotidienne et rendu notre vision accessible à davantage de gens partout au Canada.

Si les anniversaires sont l'occasion de revenir sur le passé, ils permettent également de se tourner vers l'avenir. Alors que la vie à la maison continue d'évoluer, nous restons déterminés à écouter, à apprendre et à créer des aménagements abordables, bien conçus et durables pour les nombreux Canadiens que nous servons.

L'histoire de IKEA, ce n'est pas seulement la nôtre. C'est aussi celle de tous ceux qui ont contribué à la bâtir et de ceux qui continuent de façonner l'avenir. Au nom de toute l'équipe IKEA Canada, merci de faire partie de notre aventure.

Trinquons à ces 50 ans, et à ceux qui suivront !



Équipe de direction de IKEA Canada

Rangée arrière (de gauche à droite)

Will Lumilan, directeur Services commerciaux
Tanja Fratangeli, directrice Ressources humaines
Tanya Bevington, directrice Communications
Jessie Quick, directrice Personnel
Amadou Diop, directeur Secteur omnicanal

Rangée avant (de gauche à droite)

Selwyn Crittendon, PDG et directeur Développement durable
Amanda Effron, directrice Services numériques
Janet McGowan, directrice Zone de marché
Steffen Daab, directeur Chaîne d'approvisionnement





© Inter IKEA Systems B.V. 2026