

IKEA Canada

Rapport sommaire

2025



Table des matières

	Message de notre PDG	2
	Aperçu des résultats	3
	Inspirer de meilleures maisons	5
	Offrir de meilleures vies	11
	Changer pour le bien de la planète	17
	Créer une meilleure entreprise	23
	IKEA au Canada	29
	Un regard sur l'avenir : 2026	30
	TACK de IKEA Canada	31



Hej!

J'ai le plaisir de vous présenter le rapport sommaire de IKEA Canada pour 2025. Chaque année, nous profitons de l'occasion pour souligner les principaux résultats commerciaux et réfléchir à nos réalisations du dernier exercice financier (EF).

Au cours de l'exercice financier 2025, le coût de la vie a continué d'augmenter, le marché du détail a continué d'évoluer rapidement et les enjeux géopolitiques ont continué d'avoir une incidence sur de nombreux aspects de notre vie. Au cours de cette année difficile, IKEA Canada a réalisé des ventes au détail de 2,80 milliards de dollars (une baisse de 2,5 % par rapport à l'exercice financier 2024) tout en augmentant le nombre de visiteurs en magasin, en ligne et à distance. Nous avons également obtenu des résultats impressionnants concernant les services alimentaires IKEA, avec un chiffre d'affaires de 143 millions de dollars (une augmentation de 4,1 % par rapport à l'an dernier), ce qui est une façon incroyable de nous préparer à mettre l'accent sur notre objectif de croissance extraordinaire axé sur les assortiments Cuisines et Salles à manger au cours de l'exercice financier 2026.

Tous nos collaborateurs de partout au Canada ont contribué à la réalisation de ces mouvements percutants, tout en continuant d'aider à améliorer le quotidien de nos clients, de nos communautés et de la planète. Un gros TACK (« merci » en suédois) à chacun de nos plus de 7000 collaborateurs !

IKEA Canada, avec ses racines suédoises bien ancrées, est fière de proposer des agencements pour la maison au Canada depuis bientôt 50 ans. Il est vrai que l'EF25 nous a mis à l'épreuve de bien des façons, mais je sais qu'ensemble, nous continuerons à bâtir un avenir résilient qui a du sens au cours des années à venir.

Je tiens à vous remercier de votre intérêt et de votre engagement à l'égard de IKEA Canada. J'espère que vous apprécierez le rapport sommaire de cette année.

Selwyn Crittendon
PDG et directeur Développement durable
IKEA Canada

Aperçu des résultats



2,80 G\$

en ventes totales

Baisse de 2,5 % par rapport à l'an dernier

793 M\$

en ventes en ligne

28,3 % des ventes totales

33,3 M

de visites en magasin

Augmentation de 1,6 % par rapport à l'an dernier

199,9 M

de visites en ligne

Augmentation de 11,2 % par rapport à l'an dernier

2,38 M

de commandes livrées

728 233 commandes
Cliquer + ramasser

143 M\$

en ventes des services alimentaires

Augmentation de 4,1 % par rapport à l'an dernier

Nous avons vendu :



70,8 M+ de boulettes de viande



7,2 M+ de boulettes végétales



3,1 M+ de hot-dogs



2,1 M+ de yogourts glacés

Statistiques du 1^{er} septembre 2024 au 31 août 2025
comparativement à l'EF24.





Inspirer de meilleures maisons

Chez IKEA, nous croyons qu'un meilleur quotidien commence à la maison. Chaque année, à l'échelle mondiale, IKEA sélectionne un secteur clé de l'ameublement d'intérieur auquel donner la priorité au moyen d'offres, de nouveaux articles emballants et d'interactions passionnantes avec les clients. Cette année, nous avons canalisé notre attention sur la chambre à coucher et avons accordé la priorité au secteur du sommeil complet pour notre entreprise, nos collaborateurs et nos clients, car nous croyons que tout le monde mérite une bonne nuit de repos.



La maison canadienne en évolution : tendances en matière de bien-être, aspirations et vie à la maison

Depuis près de 50 ans, IKEA Canada vend plus que des meubles : nous offrons des idées, des aménagements et de l'inspiration pour aider à améliorer le quotidien du plus grand nombre. Et nous nous assurons de faire nos recherches. Dans le cadre du 11^e Rapport annuel Vie à la maison, nous avons mené un sondage auprès de milliers de Canadiens, au terme duquel nous avons appris que les gens continuent de trouver du réconfort chez eux. En effet, 60 % des répondants se disent optimistes au sujet de leur vie à la maison actuelle et près de la moitié d'entre eux sont optimistes au sujet des deux prochaines années. La maison demeure l'endroit préféré de bien des gens, surtout pour se détendre, économiser de l'argent et créer des liens avec des animaux de compagnie.

Pour approfondir notre compréhension de l'évolution de la maison canadienne, notre équipe Aménagement d'intérieur et design commercial a visité des centaines de maisons au cours de l'EF25, en personne et à distance, afin de recueillir des perspectives importantes qui orienteront directement le développement d'aménagements nouveaux et novateurs dans les magasins IKEA et sur les plateformes numériques IKEA.

Maintenir les prix bas et le rapport qualité-prix élevé

Alors que le coût de la vie continuait d'augmenter en 2025, nous avons redoublé d'efforts pour respecter notre engagement à l'égard de l'abordabilité en investissant plus de 50 millions de dollars pour faire baisser les prix de plus de 550 articles, ce qui s'ajoute aux 80 millions de dollars investis pour réduire les prix de 1500 articles en 2024. Les dernières réductions de prix ont touché des articles populaires comme les matelas, la vaisselle et les meubles, tandis que les prix de l'assortiment IKEA Cuisines sont demeurés inférieurs de 25 % à ceux de l'an dernier.

Pour mettre en valeur notre design abordable et le rapport qualité-prix, nous avons lancé la nouvelle campagne de marque « Ça, c'est IKEA » en utilisant des supports publicitaires haut de gamme et ludiques pour présenter l'accessibilité et la qualité de nos articles. Diffusée à la télévision, hors domicile, sur les canaux numériques et les réseaux sociaux à l'échelle nationale, la campagne intelligente a inspiré les Canadiens à avoir leurs propres moments « Ça, c'est IKEA ».



Inspirer de meilleures journées, en commençant par des nuits reposantes

De nombreuses personnes éprouvent des difficultés à dormir pour diverses raisons ; pourtant, le sommeil est un facteur important dans le déroulement de nos journées. Au cours de l'EF25, nous avons tout fait pour démocratiser un meilleur sommeil en offrant des agencements de sommeil bien conçus, fonctionnels, solides, de grande qualité et durables au prix le plus bas possible. De plus, nous avons mis l'accent sur les facteurs IKEA essentiels pour bien dormir. Il s'agit de six facteurs reconnus pour leur contribution à une meilleure nuit de sommeil : confort, luminosité, température, environnement sonore, qualité de l'air et désencombrement.

Pour donner le coup d'envoi à notre objectif extraordinaire axé sur le sommeil complet, nous avons accueilli l'événement IKEA Espaces de rêve au centre-ville de Toronto pendant une période limitée. Cette expérience immersive axée sur le sommeil comprenait des installations créatives, de nouvelles collections et des conseils personnalisés sur le sommeil. Les visiteurs ont pu profiter de bains sonores, de cadeaux et d'avantages exclusifs pour les membres IKEA Family, y compris un bon de 50 \$ et une chance de gagner un ensemble de sommeil de 2500 \$. L'événement gratuit s'est poursuivi dans les magasins IKEA Toronto – Centre-ville et IKEA Toronto – Scarborough Town Center.

L'EF25 a été une année charnière pour ce qui est de présenter IKEA comme la destination par excellence où se procurer les articles pour passer une bonne nuit de sommeil. Nous avons pleinement tenu notre

engagement à l'égard du sommeil en aidant nos collaborateurs à devenir des experts en sommeil complet et en améliorant leurs connaissances et leurs compétences au moyen d'une formation élaborée et mise en œuvre à l'interne. Nous avons stimulé une croissance exceptionnelle dans les principales catégories d'articles en proposant une offre de sommeil complet, ancrée dans une connaissance approfondie de l'importance du sommeil et un vaste assortiment d'articles conçus pour aider les gens à profiter d'un repos de meilleure qualité. La croissance a été stimulée par des performances exceptionnelles dans les catégories des chambres à coucher, des canapés-lits, des matelas et de l'éclairage, chacune jouant un rôle crucial dans la création d'environnements de sommeil à la fois reposants et fonctionnels.



Rendre plus abordable la réalisation des rêves liés à la vie à la maison grâce aux services de financement

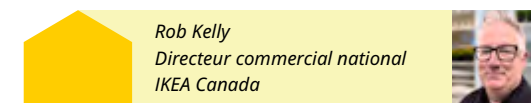
Pour la deuxième année consécutive, IKEA Canada poursuit son partenariat avec la Banque Royale du Canada (RBC) afin de soutenir l'abordabilité pour les Canadiens grâce à finanC par RBCMC, une option de financement en magasin sans frais cachés. Depuis son lancement en 2024, nous avons élargi l'offre afin que les clients admissibles puissent appliquer cette solution de paiement à terme souple à des achats allant jusqu'à 20 000 \$. Nous avons également continué d'offrir le service de paiement échelonné en 4 versements d'Afterpay, ce qui permet aux clients de diviser le paiement de leurs achats en ligne en quatre versements sans intérêt. Nous sommes heureux d'offrir ces options qui rendent les articles d'ameublement plus accessibles et aident les Canadiens à créer des maisons magnifiques et abordables dans un contexte de prudence financière continue.



Donner encore plus de raisons aux clients de venir nous voir en magasin

Nos magasins sont un élément essentiel de l'expérience de la marque IKEA et, en 2025, nous avons continué d'offrir aux Canadiens des raisons toujours plus intéressantes de visiter nos magasins. Fortes de la réussite de l'an dernier, nos Journées Hej ont fait leur retour en septembre et en mai, offrant de nombreuses occasions de réaliser des économies, notamment grâce à 15 % de réduction sur tout l'assortiment, des réductions sur les produits IKEA Food et des cadeaux supplémentaires donnés en magasin. Les Journées Hej ont attiré 949 100 clients dans nos magasins partout au Canada, et 4,6 millions de clients nous ont visités en ligne pendant les deux événements.

Savourer des repas en famille et entre amis est un élément important de nos racines suédoises. Naturellement, nous sommes ravis d'offrir des expériences culinaires amusantes et uniques en magasin. Cette année, nous avons poursuivi les traditions du Julbord, notre événement des fêtes aux saveurs du Noël suédois ainsi que celles du souper de la Saint-Valentin. Les clients ont continué d'y participer en communiquant leur enthousiasme sur les médias sociaux et en réservant leurs billets bien à l'avance.



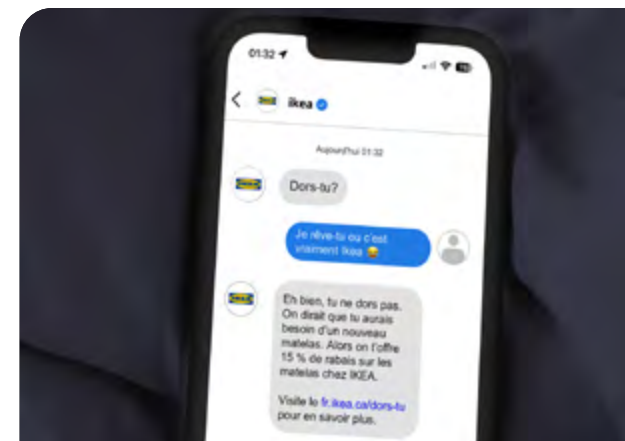
Rob Kelly
Directeur commercial national
IKEA Canada

« Nos articles et nos aménagements d'intérieur apportent de la joie aux gens chaque jour et ont aidé des millions de personnes à réaliser leur rêve d'une maison magnifique et abordable. Tant que les Canadiennes et les Canadiens resteront extrêmement attentifs à leurs dépenses, nous demeurons déterminés à les soutenir en leur offrant un rapport qualité-prix incroyable à l'échelle de notre assortiment. »



Faire partie de la famille IKEA n'a jamais été aussi gratifiant

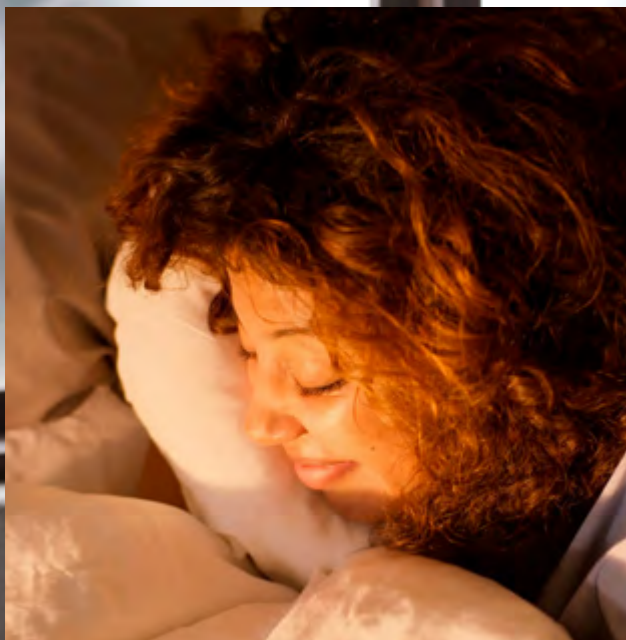
Après avoir touché plus de 5 millions de membres l'an dernier, le programme de fidélisation IKEA Family a franchi une autre étape importante en 2025 : le lancement d'une nouvelle sélection de récompenses offrant aux membres une expérience de fidélité plus personnalisée et plus attrayante tout au long de leur parcours d'ameublement d'intérieur. Les récompenses de IKEA Family permettent aux membres d'accumuler des points, représentés sous la forme de l'emblématique clé Allen, non seulement lorsqu'ils font des achats, mais aussi lorsqu'ils interagissent avec IKEA en ligne et en magasin. Ces points peuvent être échangés contre des récompenses précieuses comme des réductions sur des articles, des services comme la livraison et l'assemblage, et même des aliments gratuits au Restaurant suédois. Le programme IKEA Family demeure un service gratuit et continue d'offrir des avantages instantanés comme des réductions exclusives aux membres, des promos, des ateliers et un café ou thé régulier offert gratuitement à chaque visite.



Fait intéressant

Pour nous aider à nous concentrer sur le sommeil complet, nous avons lancé une campagne dans les médias sociaux afin de faire connaître notre assortiment de matelas aux consommateurs canadiens. Le 14 février, entre 22 h et 4 h, certains utilisateurs d'Instagram ont reçu un message direct de la part de IKEA Canada leur demandant simplement « Dors-tu ? ». Les répondants ont instantanément reçu 15 % de réduction sur un matelas IKEA. L'activation ludique a transformé la phrase de séduction, utilisée généralement pour les textos de fin de soirée, en une astuce pour les nuits blanches. La campagne virale a déclenché par inadvertance une guerre publicitaire, car les concurrents ont réagi avec leurs propres panneaux publicitaires extérieurs, et la campagne a été reconnue par plusieurs prix Cannes Lions au Festival international de la créativité.





Tout ce dont vous avez besoin pour une bonne nuit de sommeil

En 2025, IKEA a mené l'une des enquêtes les plus exhaustives sur les comportements liés au sommeil dans le monde afin de nous aider à améliorer le quotidien du plus grand nombre, en commençant par la façon dont les gens dorment la nuit. Nous avons également déterminé les six facteurs essentiels pour bien dormir (le confort, la luminosité, la température, l'environnement sonore, la qualité de l'air et le désencombrement) qui favorisent une bonne nuit de sommeil.

SMÅSPORRE
Couette, 1 place

34⁹⁹\$





Offrir de meilleures vies

Nous nous sommes donné pour mission d'améliorer le quotidien du plus grand nombre, partout dans le monde, et nous croyons qu'il nous incombe d'avoir une incidence positive sur les communautés locales dans lesquelles nous exerçons nos activités. Qu'il s'agisse de prendre soin de nos collaborateurs, de défendre une société plus juste et plus égalitaire ou d'appuyer l'entrepreneuriat social et l'engagement communautaire, nous plaçons les gens au cœur de toutes nos activités.



Accorder la priorité à la santé et au mieux-être holistiques

Chez IKEA, nous sommes déterminés à offrir une culture où le mieux-être est accessible au plus grand nombre et intégré dans tous les aspects de notre milieu de travail. Au cours de la dernière année, nous avons lancé plusieurs initiatives visant à accorder la priorité au bien-être mental, physique et financier. Nous avons, entre autres, mis sur pied un nouveau groupe de ressources pour les collaborateurs (GRC) visant à aiguiller ces derniers vers de véritables occasions de promotion du mieux-être (G.R.O.W., Guiding Real Opportunities of Wellness with Co-workers) afin de les mobiliser pour qu'ils façonnent l'avenir du mieux-être holistique chez IKEA Canada.

Nous avons également mis sur pied le comité de sécurité psychologique afin d'explorer les façons d'aider les dirigeants et les collaborateurs pendant les interactions délicates avec les clients, notamment en installant de l'affichage ainsi qu'en offrant une formation sur la désescalade et des ressources pour que tout le monde se sente psychologiquement en sécurité au travail.

À l'EF25, nous avons mis en lumière un aspect souvent négligé de la santé des femmes : la ménopause. Grâce à nos nouvelles directives relatives à la ménopause et à notre partenariat conclu avec la Fondation canadienne de la ménopause, nous sommes en train de mettre en œuvre un environnement inclusif où les femmes se sentent soutenues à chaque étape de leur vie.

Prendre soin de nos communautés en partenariat avec la Croix-Rouge canadienne

L'automne dernier, IKEA Canada s'est jointe fièrement à la Croix-Rouge canadienne dans le cadre de son Alliance pour les interventions d'urgence (AIU), renforçant ainsi notre engagement à bâtir des communautés résilientes et à être un voisin responsable et bienveillant. Ce partenariat nous permet d'appuyer la Croix-Rouge canadienne dans ses efforts de préparation et d'intervention en cas d'urgence. Notre investissement dans l'AIU nous permet de nous assurer que les fournitures essentielles sont positionnées stratégiquement à l'avance et que les systèmes et le personnel sont prêts à être mobilisés partout au pays. L'AIU joue également un rôle essentiel dans le renforcement de la capacité de la Croix-Rouge canadienne d'intervenir rapidement et efficacement lorsque les communautés en ont le plus besoin.



Stimuler l'incidence sociale au moyen des quartiers Ingka

Au cours de l'EF25, nous avons continué à promouvoir l'approche Quartiers Ingka au Canada, en stimulant une incidence sociale significative grâce à quatre mouvements clés : accroître l'accès à de meilleures maisons, habiliter les enfants et les jeunes, ouvrir la voie vers des emplois décents et mettre à l'échelle des services et des modèles d'affaires équitables et égaux.

Les établissements de partout au pays ont concrétisé cette vision en harmonisant leurs efforts avec les besoins des communautés locales tout en contribuant à la cohésion de la stratégie nationale. Grâce à des initiatives de bénévolat en partenariat avec Furniture Bank, des collaborateurs ont aidé des familles locales dans le besoin en leur fournissant des articles d'ameublement essentiels. En collaboration avec Habitat pour l'humanité et dans le cadre d'initiatives des Fêtes à l'appui de l'Armée du Salut et de CTV, la collecte Montagne de jouets a montré comment les établissements peuvent collaborer pour renforcer les communautés locales et avoir une incidence ensemble. La mobilisation des collaborateurs a été une composante clé de l'approche, car les heures de bénévolat rémunérées ont permis aux équipes de contribuer activement à leur quartier, d'incarner nos valeurs et d'établir des liens plus solides entre les établissements. Dans l'ensemble, l'EF25 nous a permis de donner vie aux quatre mouvements, d'unir nos équipes autour d'une vision commune et de jeter les bases d'une incidence continue au cours des années à venir.





Soutenir les collaborateurs en tant que citoyens engagés

Nous nous considérons comme bien plus qu'un simple détaillant de meubles : nous sommes un moteur de renforcement des communautés. En réponse à l'élection fédérale de 2025, nous avons mis en œuvre notre première campagne de sensibilisation des collaborateurs aux élections afin de les encourager à participer au processus électoral. En fournissant de l'information électorale publique, non partisane et en orientant nos collaborateurs vers des sources d'information officielles comme le site Internet d'Élections Canada (elections.ca), notre objectif était de faire en sorte que les collaborateurs puissent s'informer facilement et exercer leur droit de vote. IKEA est déterminée à aider les communautés que nous servons, et le vote est une autre façon de contribuer à bâtir un Canada meilleur.



Fait intéressant

Chez IKEA, nous cherchons constamment à nous améliorer, en tant que détaillant et en tant qu'employeur. Et qui de mieux placé pour répondre à cette question que nos propres collaborateurs ? Dans le cadre du sondage iShare annuel réalisé auprès des collaborateurs, nous invitons ceux-ci à nous faire part de leur avis sincère quant à ce qu'ils aiment et ce qu'ils aiment moins du fait de travailler chez IKEA. Cette année, 93 % des collaborateurs ont répondu au sondage, soit 6163 répondants à l'échelle nationale ! Nous disposons maintenant d'une véritable rétroaction qui nous permettra de créer des plans d'affaires, d'entreprendre des actions et de trouver des solutions pour contribuer à un milieu de travail plus heureux et plus sain pour le plus grand nombre.



Unis dans l'équité, la diversité et l'inclusion

Chez IKEA Canada, nous sommes déterminés à bâtir une culture où tout le monde ressent un sentiment d'appartenance. Nous nous efforçons de créer un milieu de travail qui accueille des personnes de tous genres, ethnicités, races, nationalités, capacités et orientations sexuelles et dans lequel les collaborateurs se sentent habilités à se présenter fidèles à eux-mêmes, de façon authentique, et à s'épanouir. La reconnaissance et la célébration de journées d'importance culturelle et sociale sont l'une de nos façons de concrétiser cet engagement.

Partout au pays, nos établissements célèbrent des moments importants comme le Mois de l'histoire des Noirs, le Mois de l'histoire autochtone et le Mois du patrimoine asiatique. Il ne s'agit pas seulement de dates inscrites sur un calendrier, mais aussi d'occasions d'apprendre, de réfléchir et d'engager des conversations significatives qui renforcent notre culture d'inclusion.

En honorant la diversité des identités et expériences de nos collaborateurs et de nos communautés, nous continuons à bâtir un environnement où chacun se sent vu, entendu et valorisé. Nous sommes fiers d'avoir plusieurs groupes de ressources pour les collaborateurs (GRC) qui sont essentiels pour appuyer ces efforts. Nos GRC représentent des collaborateurs racisés, autochtones et 2SLGBTQ+, ainsi que ceux qui ont à cœur l'équilibre entre les sexes en milieu de travail, la santé et le mieux-être. Ils créent un espace propice à la diversité des voix, à la création de liens et d'alliances et à la collaboration. Les GRC sont plus que des réseaux de soutien ; ils sont des partenaires stratégiques dans la création d'un milieu de travail plus inclusif, plus engageant et plus inspirant pour les générations à venir.

Être fiers de nos collaborateurs — chaque jour

Chez IKEA, nous avons toujours cherché à soutenir « le plus grand nombre », un idéal qui ne laisse aucune place à la discrimination. Nous sommes convaincus que chacun a le droit d'être traité équitablement et de se voir offrir des chances égales, indépendamment de son orientation ou de son identité de genre. En tant que défenseur de longue date de la communauté 2SLGBTQ+, nous poursuivons nos efforts et nos actions pour que tout le monde se sente bien accueilli, respecté et apprécié pour qui il est.

Encore une fois, nous avons hissé le drapeau de la fierté à l'occasion de la Journée internationale contre l'homophobie, la transphobie et la biphobie (IDAHOBIT). Nous avons participé aux marches de la fierté partout au Canada, nous avons créé des occasions pour les collaborateurs de la communauté 2SLGBTQ+ et leurs alliés d'établir des liens, d'apprendre et de croître au sein de notre GRC Rainbow Connections et nous avons versé des dons à des organismes communautaires 2SLGBTQ+ locaux, ce qui a permis d'ajouter près de 250 000 \$ aux sommes données depuis 2018. Pour la deuxième année consécutive, nous avons fait don de 100 % des recettes découlant de la vente de gâteaux arc-en-ciel (jusqu'à 200 000 \$) à Rainbow Railroad afin d'aider jusqu'à 300 personnes LGBTQI+ à risque à trouver la sécurité chaque année grâce à ce partenariat significatif.

Nous savons qu'il reste encore beaucoup à faire, et nous continuerons à faire entendre nos voix en faveur de l'égalité des chances au travail et de l'égalité à la maison.

Concrétiser notre stratégie de réconciliation avec les peuples autochtones

Chez IKEA, l'égalité est profondément enracinée dans nos valeurs et nous souhaitons être un vecteur de changements positifs au sein de la société. Cela s'accompagne d'un engagement à soutenir les cultures autochtones et à contribuer à la réconciliation avec les Premières Nations, les Inuits et les Métis.

Au cours de la dernière année, bon nombre de nos établissements IKEA à l'échelle du pays se sont engagés dans un dialogue continu, une collaboration et des efforts de renforcement de relations avec leurs communautés autochtones locales, guidés par la stratégie de réconciliation avec les peuples autochtones de IKEA Canada. Ancrée dans l'appel à l'action n° 92 de la Commission de vérité et de réconciliation du Canada (CVR), la *stratégie Les entreprises et la réconciliation* : la stratégie, établie par IKEA Canada en 2021, englobe l'apprentissage et l'enseignement, la collaboration et l'amplification, ainsi que la réciprocité avec les communautés autochtones.

Nous avons vu notre stratégie de réconciliation avec les peuples autochtones prendre vie grâce à des salles d'exposition aux couleurs autochtones dans les magasins IKEA Edmonton, IKEA Halifax et IKEA Calgary, à des installations artistiques autochtones percutantes au magasin IKEA Ottawa et au centre de distribution/centre de distribution clients (CD/CDC) IKEA Beauharnois, à de l'information fournie aux collaborateurs IKEA dans le cadre du programme de formation Les 4 saisons de la réconciliation ainsi qu'à un parcours inspirant vers la réconciliation organisé par IKEA Winnipeg en collaboration avec un conseiller autochtone et la communauté autochtone locale. Ensemble, ils ont pris part à des activités culturelles comme la cueillette de sauge, les cérémonies du calumet, la purification par la fumée dans le magasin et, plus récemment, le dévoilement d'un salon inspiré par les cultures autochtones et d'une exposition éducative sur le tipi à l'intention des collaborateurs, des clients et de la communauté afin d'échanger avec eux et d'apprendre d'eux.





Soutenir la communauté grâce à notre programme de réduction aux entreprises sociales

Cette année, nous avons fièrement lancé notre programme de réduction aux entreprises sociales afin de soutenir certains organismes de bienfaisance membres du réseau IKEA pour entreprises. De mai à août 2025, les organismes participants ont bénéficié de 5 % de réduction sur les meubles IKEA, les accessoires d'aménagement d'intérieur et les aliments préemballés de l'Épicerie suédoise.

Le programme a été pensé pour aider les entreprises sociales à étendre leur portée et à mieux servir les familles aux prises avec des difficultés financières. En offrant un accès à des articles abordables et de grande qualité, IKEA Canada a contribué à leurs efforts visant à améliorer le quotidien d'un plus grand nombre de personnes dans les communautés locales.



Melanie Bedioui
Directrice Santé et bien-être
IKEA Canada



« Cette année, nous avons continué d'accorder la priorité à la santé et au bien-être de nos collaborateurs, car ils sont vraiment notre plus grand atout. Je suis fière de l'espace que nous avons créé pour engager des conversations significatives sur la santé mentale et la ménopause, pour aider à réduire la stigmatisation et pour bâtir un milieu de travail où tout le monde se sent en sécurité, soutenu et capable d'être entièrement authentique. Plus de 800 collaborateurs ont suivi une formation sur la santé mentale, et les effets sont sans ambiguïté : 83 % ressentent un fort sentiment d'appartenance chez IKEA, 82 % aiment leur travail et 86 % se sentent liés à leurs collègues. Ces résultats reflètent la culture bienveillante que nous bâtissons ensemble. »





SKOGSDUVA

Housse de couette et taie, 1 place

2999\$

Créer un quotidien plus ludique pour toute la famille avec SKOGSDUVA

À l'occasion du rapport Gros plan sur le jeu IKEA 2024 (une étude mondiale du jeu en lien avec le bien-être), nous avons constaté que « s'amuser ensemble en famille » figurait en tête des priorités émotionnelles tant pour les parents que pour les enfants. Toutefois, après une journée passée à respecter des horaires et des listes de choses à faire, même le jeu peut sembler être une corvée. La collection SKOGSDUVA contribue à offrir un quotidien plus ludique en améliorant les habitudes que les familles partagent déjà grâce à des articles éducatifs, inspirants et pratiques.





Changer pour le bien de la planète

Le monde évolue rapidement, et tant nos clients que nos collaborateurs exigent une plus grande responsabilité et transparence de la part des marques comme la nôtre. Les gens ne veulent pas seulement de meilleurs articles et un meilleur rapport qualité-prix ; ils s'attendent à ce que les entreprises soient meilleures. Chez IKEA Canada, nous visons à inspirer les gens et à leur permettre d'adopter un mode de vie plus sain et plus durable pour en faire une option abordable, attrayante et accessible pour le plus grand nombre. Grâce à des actions petites, mais concrètes, nous pouvons tous contribuer à améliorer le quotidien tout en protégeant l'avenir de la planète que nous habitons tous.



Faits marquants en lien avec le développement durable



14 278 panneaux solaires

ont produit 3,764,292 kWh



2 parcs éoliens

ont produit 338,878,484 kWh
d'énergie éolienne



3 propriétés géothermiques



78 stations de recharge pour véhicules électriques

réservées aux clients et aux collaborateurs



46 028 clients

ont chargé leur véhicule chez IKEA



90 stations de recharge pour véhicules électriques

réservées aux camions de livraison



365 000+ livraisons

faites par des camions de livraison entièrement électriques



13 204 soumissions Revendez-les effectuées

Augmentation de 52 % par rapport à l'EF24



Données du 1^{er} septembre 2024 au 31 août 2025



Éliminer les obstacles à un mode de vie circulaire

Chez IKEA, nous concevons des articles avec des matériaux renouvelables ou recyclés et intégrons des principes circulaires tels que la réparation et la recyclabilité pour prolonger la durée de vie des articles et réduire le gaspillage. À l'occasion du Mois de la Terre 2025, notre vision d'un monde où rien n'est gaspillé a inspiré des mesures à l'échelle de l'entreprise. Ainsi, nous avons intensifié nos efforts de réduction des déchets dans nos établissements et proposé des offres commerciales aidant nos clients à adopter un mode de vie plus durable à la maison. Parmi celles-ci figuraient une offre de 2 fois la valeur du programme Revendez-les, 15 % de réduction sur les articles du rayon Tel quel, et 20 % de réduction sur certains articles favorisant une vie axée sur le développement durable. Ces initiatives ont renforcé nos liens avec les clients qui partagent notre engagement à l'égard de la circularité et de l'action climatique. Au cours des trois dernières années, nous avons également augmenté de façon constante nos taux de réacheminement des déchets d'une année à l'autre, ce qui nous a permis de garder plus de matériaux hors des sites d'enfouissement et de leur donner une nouvelle vie grâce au recyclage, à la réutilisation et à la récupération.

Dan Kershaw
Directeur général
Furniture Bank



« Lorsqu'un enfant n'a pas de lit convenable, ce ne sont pas seulement des meubles qui lui manquent, mais aussi les fondements de sa réussite scolaire, de son bien-être affectif et de son développement sain. En collaborant avec IKEA Canada, nous mettons la lumière sur cette lutte méconnue et offrons des solutions concrètes, un ensemble pour bien dormir à la fois. »

Afin de prolonger la longévité des articles, notre programme de pièces de rechange permet aux clients de réparer plus facilement leurs articles IKEA préférés et de les conserver plus longtemps, ce qui contribue à prolonger la durée de vie des articles et à soutenir un mode de vie plus circulaire. IKEA ne cesse de défendre les intérêts des Canadiens, reconnaissant que la réduction du gaspillage à la maison profite non seulement à la planète, mais aussi à nos portefeuilles. C'est pourquoi nous collaborons activement avec des organismes et des gouvernements aux vues similaires pour lutter contre la double imposition injuste sur les articles d'occasion, ce que nous appelons la taxe sur les articles de seconde main (TASM). Nous sommes convaincus qu'il est essentiel d'éliminer les obstacles pour faire en sorte que les options axées sur le développement durable soient abordables et équitables. Grâce à la collaboration intersectorielle, nous visons à aider à façonner des politiques qui soutiennent la croissance de l'économie circulaire et à faire du magasinage d'occasion une option plus attrayante et percutante pour tous.

Aider à transformer des habitations vides en foyers

Grâce à un partenariat avec Furniture Bank, une entreprise sociale établie à Toronto, IKEA Canada veille à ce que des matelas légèrement usagés soient offerts en tant que don aux personnes et aux familles qui se sortent d'une situation d'itinérance ou de déplacement forcé. Cet effort s'étend bien au-delà de Toronto. Certains programmes semblables sont offerts dans les magasins de Montréal, d'Halifax, d'Ottawa et de Winnipeg, où IKEA Canada s'associe à des organismes locaux pour donner une deuxième vie aux matelas et aider les familles à créer un foyer sécuritaire et confortable. À ce jour, le programme a engendré un don de plus de 34 670 matelas légèrement usagés dans tous les marchés grâce à des partenariats avec des entreprises sociales, transformant ainsi des espaces vides en véritables foyers, et offrant confort, dignité et un nouveau départ aux personnes dans le besoin.

La lampe de l'insomnie

Cette année, au cours du Mois national de sensibilisation au sommeil, IKEA Canada a attiré l'attention nationale sur la crise méconnue du mauvais sommeil qui touche près de 500 000 enfants partout au Canada. Pour sensibiliser les gens, nous avons lancé la lampe de l'insomnie, une installation symbolique qui permet de visualiser des habitudes de sommeil perturbées, fondée sur des données réelles recueillies sur le sommeil des enfants. Ces dernières ont été recueillies par une équipe de médecins qui ont examiné de nombreuses études dans le domaine de la médecine du sommeil pour obtenir un schéma approximatif de la façon dont ces enfants passent leurs nuits. Lorsque les enfants sont éveillés, la lampe s'allume. Lorsqu'ils dorment, la lampe s'éteint. Cette initiative a permis de mettre en évidence les répercussions plus vastes du manque de sommeil sur la santé, l'éducation et le bien-être des enfants.

Grâce à son partenariat continu avec Furniture Bank, IKEA Canada contribue à lutter contre le mauvais sommeil à l'échelle nationale en faisant don de matelas et de lits déjà usagés ainsi que d'articles de sommeil essentiels aux familles dans le besoin par l'entremise du programme Pour bien dormir.





Fait intéressant

Chez IKEA Canada, nous avons continué en 2025 à promouvoir nos objectifs de transport à zéro émission en élargissant notre infrastructure de véhicules électriques et en préférant des camions de livraison électriques plutôt que diesel. Nous offrons maintenant des stations de recharge pour véhicules électriques à nos clients et à nos collaborateurs dans 14 magasins, et avons installé des stations de recharge réservées aux véhicules commerciaux électriques dans 17 magasins pour soutenir le parc croissant de véhicules électriques conduits par nos services de livraison partenaires. Nos investissements dans une infrastructure de recharge des véhicules électriques permettent d'offrir un accès à une source d'énergie fiable et sécurisée, ce qui nous permet de réaliser d'importants progrès dans notre transition vers des livraisons à domicile zéro émission. En août 2025, 72 % de nos livraisons volumineuses et encombrantes à domicile par camion ont été effectuées à l'aide de véhicules électriques, surpassant pour la première fois le nombre de livraisons effectuées par véhicules à moteur à combustion interne. De plus, toujours en août, une étape importante a été réalisée puisque toutes les unités de distribution pour la livraison à domicile au Canada ont effectué des livraisons par camion zéro émission durant ce mois. Cette réussite est un pas colossal pour soutenir l'ambition du Groupe Ingka à l'échelle mondiale, visant à réaliser plus de 90 % des livraisons à domicile avec des camions zéro émission d'ici 2028. Ce progrès ne serait pas possible sans une collaboration étroite avec nos services de livraison partenaires, qui partagent notre engagement envers l'innovation et la responsabilité écologique. Plus important encore, IKEA est fière de ne pas avoir à demander de frais supplémentaires à sa clientèle pour effectuer ces livraisons zéro émission, ce qui témoigne de notre engagement à rendre les options durables accessibles et abordables pour le plus grand nombre.



Notre engagement à l'égard du développement durable se traduit par le titre d'employeur le plus écologique du Canada

Pour la 17^e année consécutive, Mediacorp Canada Inc. reconnaît IKEA comme l'un des employeurs les plus écologiques du Canada. Nous sommes fiers de cet honneur, car il témoigne de notre engagement profond à l'égard du développement durable et des efforts quotidiens déployés par nos collaborateurs qui incarnent nos valeurs. Chez IKEA Canada, le développement durable n'est pas un service administratif, il fait partie intégrante de toutes nos activités, de la conception à la livraison des articles en passant par la façon dont nous habilitons nos magasins et investissons dans l'avenir. À l'échelle mondiale, nous travaillons à réduire de moitié les émissions de gaz à effet de serre d'ici 2030 et à atteindre la carboneutralité d'ici 2050. Notre croissance est responsable, et nous ne faisons que commencer.



Campagne des Fêtes ancrée dans la réconciliation

Nous croyons que chaque enfant mérite d'avoir la possibilité de s'épanouir, peu importe ses antécédents ou sa situation. Cette conviction nous a aidés à orienter nos efforts pendant la période des Fêtes de 2024, puisque 2 \$ découlant de chaque peluche IKEA vendue ont été donnés au Fonds national de réconciliation par l'entremise de l'organisme Save the Children. Cette initiative est venue appuyer un programme prioritaire axé sur l'habilitation des jeunes des Premières Nations au Yukon, afin de contribuer à créer des parcours pour l'éducation, les liens culturels et le leadership communautaire.

Grâce au soutien de nos clients, nous avons pu verser 67 570 \$ à cette cause importante. Ensemble, nous avons contribué à changer de façon considérable la vie des enfants aux prises avec des obstacles systémiques, en soutenant un changement positif à long terme ancré dans la réconciliation et l'équité. Cette initiative témoigne de notre engagement continu à utiliser nos activités comme une force à l'appui du bien, en soutenant les enfants, les familles et les communautés dans l'édification d'un avenir plus inclusif et plus durable.



IKEA et BC Hydro joignent leurs forces pour permettre aux Britanno-Colombiens de vivre une vie plus durable à la maison

Dans le cadre de notre engagement continu à rendre les options durables plus abordables et accessibles pour le plus grand nombre, nous avons lancé un partenariat avec BC Hydro pour offrir des remises en magasin sur une sélection d'articles économes en énergie et en eau dans les magasins IKEA Coquitlam et IKEA Richmond.

Du 30 mai au 22 août 2025, les clients qui ont visité ces magasins ont bénéficié d'économies instantanées allant jusqu'à 30 \$ sur une sélection de purificateurs d'air certifiés ENERGY STAR® et jusqu'à 10 \$ sur une sélection de pommes de douche certifiées WaterSense®. Ces articles sont non seulement économes, mais ils ont aussi été conçus pour contribuer à réduire la consommation d'énergie et d'eau, afin de favoriser une vie plus durable à la maison. Grâce à cette collaboration, IKEA Canada et BC Hydro ont habilité les Britanno-Colombiens pour qu'ils prennent des mesures modestes, mais efficaces, en vue d'adopter un mode de vie plus durable.



MÄVINN

Housse de coussin

19⁹⁹\$

Habiliter les communautés grâce à l'artisanat intemporel avec MÄVINN

À l'EF25, IKEA a fièrement entamé la troisième année de sa collection mondiale d'entrepreneuriat social, MÄVINN, renforçant ainsi son engagement à l'égard de l'artisanat et des moyens de subsistance durables. La collection MÄVINN de 2025 comprenait 18 articles faits main confectionnés par des artisans au Bangladesh, en Inde, en Indonésie, en Jordanie et en Thaïlande, mettant en valeur leur patrimoine, leur savoir-faire traditionnel et leur créativité résiliente.





Créer une meilleure entreprise

En tant que détaillant omnicanal, IKEA transforme tous les secteurs de ses activités afin de répondre aux besoins des consommateurs qui évoluent rapidement. En renforçant l'ensemble du parcours IKEA, des expériences en magasin aux achats en ligne, en passant par les outils numériques et les services personnalisés, nous rendons IKEA plus accessible et plus abordable pour les Canadiens, peu importe où, comment et quand ils font leurs achats chez nous.



Offrir des aménagements d'intérieur abordables et inspirants plus près des clients

Les centres de planification et de commande IKEA sont l'une des nombreuses façons que nous mettons en œuvre pour transformer nos activités afin d'offrir une expérience de vente au détail fluide, plus proche des lieux où les Canadiens vivent, travaillent et socialisent.

En 2025, nous avons élargi notre réseau de centres de planification et de commande en ajoutant de nouveaux emplacements à Sherbrooke (Québec) et à Vaudreuil (Québec), pour atteindre un total de 10 centres. En plus des services de conception personnalisés, nous proposons aux clients de Vaudreuil la possibilité d'acheter et d'emporter immédiatement un certain nombre d'articles.

Les clients peuvent réserver des services de planification individuels avec des experts IKEA pour concevoir et acheter des aménagements d'intérieur pour toute pièce de la maison, comme pour rénover leur cuisine ou renouveler le rangement modulaire de leur chambre à coucher. Une fois passées, les commandes peuvent être livrées directement à domicile ou ramassées à un centre de ramassage local. Les données indiquent que les centres de planification et de commande contribuent à réduire la distance que les clients doivent parcourir pour se rendre dans un établissement IKEA, ce qui offre de précieux avantages sur les plans de l'abordabilité, de l'accessibilité et du développement durable.

Au cours de la prochaine année, nous serons heureux d'offrir ce format unique à un plus grand nombre de Canadiens grâce à l'ouverture de nouveaux centres de planification et de commande IKEA à Abbotsford et à Kelowna, en Colombie-Britannique.

Combiner efficacité et soin grâce à l'automatisation

Alors que nous prenons des mesures audacieuses pour devenir un détaillant omnicanal de premier plan, nous adoptons l'automatisation pour y parvenir plus facilement. À l'échelle mondiale, IKEA a mis au point des moyens d'intégrer une technologie d'automatisation novatrice dans ses traitements des commandes et IKEA Canada entreprend un périple passionnant pour soutenir cet effort dans l'ensemble de ses établissements. Au moyen d'une approche axée sur les personnes, nous visons à améliorer considérablement, et non à remplacer, nos méthodes de travail, en les simplifiant et en les rendant plus significatives pour nos collaborateurs tout en préservant leur santé et leur bien-être.

En 2025, nous avons mis à l'essai l'utilisation d'exosquelettes dans plusieurs établissements, dont le centre de distribution clients (CDC) de Mississauga, le centre de distribution/centre de distribution clients (CD/CDC) de Beauharnois ainsi que les magasins de Boucherville et d'Ottawa. Ces dispositifs robotiques et portables aident les collaborateurs à accomplir des tâches exigeantes sur le plan physique, comme soulever des charges lourdes, réaliser des mouvements répétitifs et effectuer des activités physiques prolongées. Cet essai a donné d'incroyables résultats. Les utilisateurs ont déclaré être en mesure de soulever des charges plus lourdes plus facilement, ressentir moins de fatigue liée aux tâches prolongées et avoir plus d'énergie à la fin de leur quart de travail pour profiter de leur temps en dehors du travail.

Nous avons également commencé à utiliser des drones autonomes dans certains de nos entrepôts, notamment à Calgary, à Montréal et à Boucherville. En dehors des heures de travail des collaborateurs, les drones parcourent les entrepôts pour repérer les emplacements où des articles sont manquants ou mal placés, et transmettent ces renseignements par l'entremise de notre système de gestion d'entrepôt. Ces vols de nuit permettent à nos équipes de réaliser un inventaire complet de l'entrepôt, ce qui nous aide à améliorer l'expérience client globale grâce à une meilleure disponibilité des stocks et à améliorer l'exactitude des stocks en magasin et en ligne.

Répondre aux besoins et réaliser les rêves des Canadiens

Les attentes des clients en matière de commodité, d'abordabilité et de rapidité sont plus élevées que jamais. Afin de continuer à répondre aux besoins et à réaliser les rêves des Canadiens, nous mettons l'accent sur l'optimisation de tous les secteurs de nos activités pour devenir un détaillant omnicanal de premier plan.

En 2023, nous avons engagé plus de 400 millions de dollars pour améliorer nos capacités de livraison, de ramassage et de traitement des commandes dans les régions du Grand Vancouver et du Grand Toronto. Depuis, nous avons terminé les projets d'expansion des capacités de traitement des commandes en magasin chez IKEA Etobicoke et IKEA Vaughan, nous avons inauguré le nouveau centre de distribution clients (CDC) à Hamilton, en Ontario, et nous nous préparons à élargir nos capacités de traitement des commandes en magasin chez IKEA Richmond. Au cours des prochaines années, nous travaillerons à la réalisation de ces initiatives d'expansion majeures. Pour y parvenir, nous porterons notre attention sur deux points : prendre soin des gens et faire en sorte que les clients aient accès à nos articles aussi rapidement, économiquement et durablement que possible.





Fait intéressant

Au cours de l'EF25, nous avons connu une croissance de 11 % des ventes de IKEA pour entreprises, atteignant 230 M\$. Nos familles d'articles les plus vendues parmi les clients d'affaires étaient les armoires de cuisine SEKTION et les tiroirs MAXIMERA, les bureaux MITTZON et les panneaux acoustiques propices à l'établissement d'espaces de travail hybrides ainsi que les canapés KLIPPAN, l'un des favoris pour la location, les salons et les salles de repos.



Amener les marchandises, les aménagements et l'inspiration chez les gens

Nous sommes déterminés à rendre les articles, les aménagements et les services IKEA ainsi que les sources d'inspiration plus accessibles et plus abordables pour nos clients. Pour démontrer notre engagement, nous avons apporté un certain nombre d'améliorations aux services IKEA au cours de la dernière année.

Le parcours client commence souvent par l'inspiration, et notre objectif est de la rendre aussi abordable que possible grâce à notre nouvelle offre audacieuse de services de planification : les services de planification et de mesurage de cuisine à domicile coûtent désormais 129 \$ (alors qu'ils coûtaient 199 \$ auparavant) et les rendez-vous en ligne et en magasin de planification de salon durent maintenant une heure (soit 30 minutes de plus qu'auparavant).

Afin de mieux aider les clients à ramener leurs marchandises à la maison, nous avons mis en place, au cours de la dernière année, un plus grand nombre d'options de créneaux horaires pour les clients d'un service Cliquer + ramasser, allant du jour même jusqu'à trois jours après l'achat, le service de livraison dans la « pièce de choix » pour toutes les livraisons en fonction des besoins du client.

Au cours de cette année axée sur le sommeil complet, nous avons permis aux clients de se débarrasser plus facilement que jamais de leurs anciens matelas de manière responsable lorsqu'ils en achètent un nouveau en magasin, en ligne ou par l'intermédiaire du centre de soutien clients IKEA (CSC). Notre nouveau service de reprise de matelas marque une autre étape importante de notre parcours vers une expérience d'achat plus fluide et plus durable. En détournant ces matelas des sites

d'enfouissement, nous économisons un espace précieux, réduisons les émissions nocives et soutenons l'économie circulaire. Chaque matelas recyclé signifie moins de matériaux gaspillés et plus de ressources réutilisées.

Améliorer nos outils numériques pour offrir une expérience client complète

En tant que détaillant omnicanal de premier plan, nous sommes déterminés à offrir une expérience mémorable et sans tracas, peu importe la façon dont les clients choisissent d'interagir avec nous, y compris par voie numérique. Étant donné que notre site Internet fr.IKEA.ca a comptabilisé 199,9 millions de visites durant l'EF25, il est primordial d'offrir une expérience en ligne facile et intuitive. Au cours de la dernière année, nous avons apporté un certain nombre d'améliorations à notre site Internet, notamment une page d'accueil adaptative qui fournit des recommandations d'articles personnalisées, des services pertinents, des promotions et du contenu inspirant afin d'accompagner les clients dans leur parcours d'achat. Nous avons également amélioré la fonctionnalité de notre robot de clavardage grâce à l'IA générative afin de mieux répondre aux questions des clients.

Alors que nous nous préparons pour l'année à venir axée sur l'assortiment Cuisines et salles à manger complètes, nous avons récemment intégré les services d'installation de meubles de cuisine et de salle de bains de Services Cuisines IKEA dans le processus d'achat complet de cuisines et de salles de bains, simplifiant ainsi les processus de planification et d'achat pour les clients et les collaborateurs. De plus, diverses options de financement et de paiement sont proposées pour les articles comme pour les services d'installation. Cette solution numérique importante contribuera à rendre les cuisines et les salles de bains de rêve encore plus abordables et pratiques pour le plus grand nombre.

Soutenir les clients, peu importe la façon dont ils choisissent de magasiner avec nous

Nous faisons plus qu'offrir une simple expérience en magasin : nous voulons que nos clients puissent interagir avec nous quand, où et comme bon leur semble. IKEA a réalisé des investissements pour favoriser la croissance du centre de soutien clients (CSC) pour aider les Canadiens à bâtir l'intérieur de leurs rêves, peu importe à quelle distance ils vivent de nos points de rencontre clients.

Grâce à notre CSC, les clients de partout au Canada peuvent réaliser leurs achats par téléphone ou par clavardage en ligne. Tout au long de l'EF25, nous avons offert une expertise en ameublement d'intérieur à des dizaines de milliers de Canadiens dans le cadre de rendez-vous de planification à distance, soit plus du double du nombre au cours de l'année précédente.

Le CSC répond aux demandes de renseignements de nos clients canadiens avant et après un achat au moyen de plateformes à distance comme le téléphone, le clavardage et les médias sociaux. À elle seule, notre équipe Service après-vente a aidé plus de 638 000 clients par téléphone et par clavardage. La satisfaction des clients demeure aussi forte que jamais : l'indice de satisfaction des clients a atteint 85 %, ce qui dépasse notre objectif de 84 %.



IKEA pour entreprises : idéale pour chaque entreprise, petite ou grande

Chez IKEA, nous croyons qu'il faut « trouver de meilleures façons » de faire des affaires : cette citation percutante est de notre fondateur, Ingvar Kamprad, et elle continue d'inspirer la façon dont nous soutenons les entrepreneurs et les entreprises de toutes tailles. C'est plus qu'une devise ; c'est un état d'esprit qui nous pousse à créer des environnements propices à l'innovation où les entreprises prospèrent.

Notre passion pour les articles IKEA et notre engagement à l'égard d'aménagements fonctionnels et inspirants sont au cœur de toutes nos activités. Qu'il s'agisse de meubler le bureau d'une entreprise en démarrage, un hôtel-boutique ou de réaliser un ensemble résidentiel à grande échelle, IKEA est un partenaire à guichet unique dans la création d'espaces qui fonctionnent admirablement et de façon abordable.

Du secteur de l'aménagement commercial et résidentiel à celui de l'éducation, en passant par les soins de santé et l'hôtellerie, plus de 78 000 entreprises membres œuvrant dans divers secteurs font déjà partie du réseau IKEA pour entreprises. L'adhésion est gratuite et les membres profitent de services de conception à prix réduit, d'économies exclusives et d'avantages réservés aux employés. Il n'a jamais été plus facile ou plus abordable de réunir tout ce dont une entreprise a besoin, le tout au même endroit.

IKEA pour entreprises soutient des organisations pour les jeunes et les jeunes de cœur

Au cours de la dernière année, notre équipe IKEA pour entreprises s'est associée à des entreprises et à des organisations partout au Canada pour contribuer à améliorer le quotidien de leurs clients. Pour la Little Kitchen Academy (LKA), une académie de cuisine inspirée aux méthodes de style Montessori destinée aux enfants et aux adolescents, Nos articles, y compris les armoires de cuisine IKEA SEKTION, les ustensiles de cuisine, la vaisselle et les outils pratiques comme le tamis à farine IDEALISK, le gant isolant SANDVIVA et la balance de cuisine GENOMSNITT, ont permis de créer des espaces d'apprentissage fonctionnels et inspirants

Nous avons également appuyé le Aging in Place Studio, une initiative de collaboration entre AGE-WELL, le réseau canadien axé sur les technologies et le vieillissement, IKEA Toronto – Centre-ville et l'Université de Toronto. L'appartement-témoin à la fine pointe de la technologie, situé à Toronto, a été conçu pour présenter une technologie de pointe qui aide les personnes âgées à préserver leur autonomie et leur qualité de vie à la maison. Le studio présentait des articles de nos collections OMTÄNKSAM et BÄSINGEN, qui offrent aux personnes âgées un milieu de vie confortable, fonctionnel et de soutien.



Jessie Quick
Dir. nationale Développement
commercial et transformation



« En tant que détaillant omnicanal de premier plan, notre priorité est d'offrir aux Canadiens des aménagements d'intérieur plus abordables, fonctionnels et inspirants, peu importe où ils vivent ou la façon dont ils choisissent d'effectuer leurs achats chez nous. » Nous sommes déterminés à nous transformer continuellement pour mieux répondre aux besoins du marché et des clients par l'intermédiaire de nos magasins IKEA, de nos centres de planification et de commande, de notre site Internet fr.IKEA.ca, de notre application IKEA, des centres de ramassage, des services Cliquer + ramasser et de livraison à domicile. Nous explorons également différents formats novateurs et diverses façons de servir nos clients. »



Présenter le design scandinave moderne avec STOCKHOLM 2025

En tant qu'entreprise canadienne aux racines suédoises, IKEA Canada était ravie de dévoiler la plus grande collection STOCKHOLM à ce jour. Riche de 96 pièces haut de gamme, elle combine le design scandinave moderne avec des matériaux de grande qualité comme le bois massif, la laine, le lin et le rotin, le tout offert à des prix abordables. La collection inclut des meubles, des textiles, des éclairages et des accessoires novateurs, dont des articles remarquables, notamment deux canapés distincts, des tapis faits main et des chandeliers en verre d'inspiration rétro.



STOCKHOLM 2025

Table basse

299\$



IKEA au Canada

IKEA compte plus de 80 ans d'expérience dans le secteur de la vente au détail à l'échelle mondiale dont 49 ans au Canada. Nous nous adaptons continuellement, en tant qu'entreprise déterminée à améliorer le quotidien du plus grand nombre grâce à des articles, services et sources d'inspiration abordables, accessibles et durables. Voici les nombreuses façons dont nous aidons les Canadiens à répondre à leurs besoins et à réaliser leurs rêves à la maison :



16 magasins

1 centre de distribution

3 centres de distribution clients

1 centre de soutien clients

10 centres de planification et de commande

19 points de ramassage

1100+ centres de ramassage de colis

1 site Internet de commerce électronique

1 application IKEA

2 parcs éoliens

7000+ collaborateurs

5M+ de membres IKEA Family

Un regard sur l'avenir : 2026

Chez IKEA Canada, nous avons hâte de voir de nombreuses occasions intéressantes et des changements importants avoir lieu au cours de l'exercice financier 2026. Cette année, nous mettrons l'accent sur tout ce qui se rapporte à la cuisine et à la salle à manger afin de rendre la préparation des repas au quotidien plus abordable, plus agréable et plus durable pour les nombreux Canadiens. Nous ferons tout en notre pouvoir pour soutenir les clients à chaque étape de leur parcours vers une meilleure expérience dans la cuisine et la salle à manger : de l'organisation à la préparation, sans oublier le repas et le ménage qui le suit.

Ce qui est encore plus excitant, c'est le lancement de notre tout nouveau menu de plats IKEA, créé en gardant l'abordabilité et l'accessibilité à l'esprit. Des nachos à base de boulettes végétales aux falafels du Moyen-Orient en passant par les produits de la mer scandinaves, le menu revisité présente des saveurs audacieuses et d'inspiration mondiale associées à des ingrédients issus de sources durables qui reflètent la diversité du Canada, tout en honorant l'héritage de notre célèbre boulette à la suédoise. Les Canadiens pourront goûter au tout nouveau menu complet dans les magasins IKEA partout au pays dès la fin de l'automne 2025. Smaklig måltid ! (Bon appétit en suédois)

En tant que marque porteuse de sens, nous continuerons de montrer l'exemple grâce à notre culture et à nos valeurs en servant les clients avec bienveillance. Nous aiderons nos collaborateurs à bâtir une carrière enrichissante avec IKEA. Nous leur offrirons un environnement ouvert, tolérant et accueillant où il fait bon travailler et faire ses achats. Nous poursuivrons nos collaborations avec des partenaires communautaires pour avoir une incidence positive sur les gens et la planète, et nous prendrons des mesures audacieuses dans notre parcours visant à faire de IKEA Canada un détaillant omnicanal de premier plan pour les générations à venir.

Soyez à l'affût de tous ces développements et plus encore dans le rapport sommaire de l'an prochain !



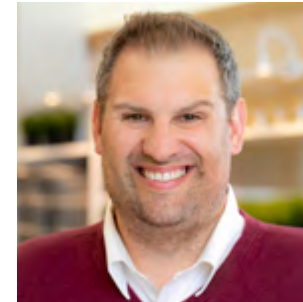
Équipe de gestion de IKEA Canada



Selwyn Crittendon
Directeur national Vente au détail et directeur Développement durable



Tanya Bevington
Directrice nationale Communications



Steffen Daab
Directeur Opérations Traitement des commandes



Amadou Diop
Directeur régional



Tanja Fratangeli
Directrice nationale Personnes et culture



Rob Kelly
Directeur commercial national



Geoff Macdonald
Directeur financier



Janet McGowan
Directrice régionale



Jessie Quick
Directrice nationale Développement commercial et transformation



Jane Strong
Directrice nationale Services numériques



Elizabeth Young-Wilson
Directrice nationale Traitement des commandes clients



Tack!
(Cela veut dire
« merci » en
suédois !)



La maison, c'est la vie^{MD}

