



Table des matières

Un message de notre PDG	2
Aperçu des résultats	3
Savoir ce qui compte pour les Canadiens à la maison	4
 Donner l'inspiration pour de meilleures maisons	5
 Offrir de meilleures vies	11
 Apporter des changements pour une meilleure planète	17
 Créer une meilleure entreprise	23
IKEA au Canada	29
Un regard sur l'avenir	30



Hej!

Bienvenue au Rapport sommaire 2024 de IKEA Canada, dans lequel nous présentons un examen approfondi de nos résultats opérationnels et de nos réalisations pour l'exercice financier passé.

Au cours de la dernière année, nous avons vu le coût élevé de la vie et les défis économiques avoir une incidence sur la façon dont les Canadiens ont choisi de dépenser leur argent durement gagné. De ce fait, IKEA Canada a maintenu des ventes au détail de 2,87 milliards de dollars au cours de l'EF 2024 (-1,4 % en comparaison avec l'EF 2023), tout en ne perdant pas de vue la nécessité de baisser les prix et de soutenir les Canadiens lorsqu'ils ont le plus besoin de nous.

Bien que l'année ait été difficile, je suis très fier de nos collègues d'un océan à l'autre qui accueillent toujours nos clients avec soin, qui soutiennent nos communautés dans le besoin et qui contribuent à améliorer le quotidien des nombreux Canadiens à la recherche d'agencements abordables et durables pour mener une vie à la maison plus épanouissante. Je demeure optimiste pour l'année à venir et je sais que nos investissements continus contribueront à faire de IKEA une entreprise encore meilleure, qui répondra aux besoins de nos collaborateurs, de nos clients et de nos communautés pour les générations à venir.

Un gros TACK (merci en suédois) de l'intérêt que vous portez à IKEA Canada !

Selwyn Crittendon
PDG et directeur Développement durable
IKEA Canada

Aperçu des résultats



2,8 B\$

en ventes totales
Baisse de 1,4 %

767 M\$

en ventes en ligne
26,7 % des ventes totales

32,6 M

de visites en magasin
Hausse de 14 %

Nous avons vendu :



22,9 M+ de boulettes de viande



2,9 M+ de boulettes végétales



3,3 M+ de hot-dogs



2 M+ de yogourts glacés

162,6 M

de visites en ligne
Baisse de 2,3 %

1,1 M

de commandes livrées
966 754 commandes
Cliquer + ramasser

137 M\$

de ventes des
Services alimentaires
Hausse de 11,3 %

*Statistiques du 1er septembre 2023 au 31 août 2024
comparativement à l'EF23*

Savoir ce qui compte pour les Canadiens à la maison

Au cours de l'EF24, IKEA a publié dans le monde entier la 10^e édition de son Rapport annuel sur la vie à la maison, qui dévoile les secrets d'un foyer heureux. Cette année, IKEA a établi des liens avec plus de 37 000 personnes dans 38 pays, soit le plus grand nombre de pays participants à ce jour.

Cette étude, à laquelle ont participé plus de 1 000 Canadiens d'un océan à l'autre, nous a permis d'en savoir plus sur comment les Canadiens vivent chez eux et ce qui est prioritaire pour eux. Grâce à cette recherche, nous avons découvert à quel point les Canadiens apprécient leur intérieur et y trouvent de la joie. Par exemple, 74 % estiment que leur intérieur les aide à mener une vie plus durable, si bien qu'ils retiennent une image positive de leur espace.

Au printemps 2024, nous avons également lancé à nouveau notre programme Visites de domiciles. Des représentants de l'ensemble du service Aménagement d'intérieur et design commercial (spécialistes de la conception d'intérieurs) de IKEA Canada ont rendu visite à des centaines de Canadiens chez eux, en personne et virtuellement. Ce programme nous permet d'apprendre comment les Canadiens mènent réellement leur vie à la maison, en mettant en lumière leurs besoins, leurs rêves et leurs difficultés. Ces renseignements contribuent à inspirer la création de nouveaux agencements d'ameublement d'intérieur dans les magasins et autres points de contact IKEA pour améliorer la vie à la maison des nombreux Canadiens.



Donner l'inspiration pour de meilleures maisons

Nous savons que la vie de nos clients évolue constamment. Afin de continuer à répondre à leurs besoins et à réaliser leurs rêves, nous adoptons des mesures audacieuses pour devenir plus accessibles et plus abordables pour les Canadiens. Cette année, nous avons fourni la preuve de notre engagement à être un détaillant abordable en abaissant le prix de milliers de produits et en offrant de nouveaux services financiers pour faire des rêves d'une vie à la maison une réalité pour le plus grand nombre toujours croissant.



IKEA investit 80 M\$ pour réduire ses prix

Depuis 80 ans, la philosophie du design démocratique de la marque IKEA repose sur le principe de l'offre de prix les plus bas. Cet exercice financier a été important, car nous avons fourni la preuve de notre engagement à être un détaillant abordable pour les nombreux Canadiens. Nous avons investi plus de 80 M\$ pour réduire les prix de plus d'un millier d'articles de notre assortiment.

Selon le dernier Rapport IKEA sur la vie à la maison, 45 % des Canadiens estiment que la situation financière et le revenu disponible de leur ménage constituent une préoccupation majeure, tandis que 37 % d'entre eux s'inquiètent de la situation économique du pays.

L'investissement de plusieurs millions de dollars visait à réduire le prix des articles auxquels les Canadiens accordent le plus d'importance, qu'il s'agisse des icônes classiques du design démocratique de IKEA, comme le fauteuil STRANDMON, les étagères modulaires KALLAX ou les cuisines IKEA, ou des essentiels du quotidien comme les éclairages, les ustensiles de cuisine, les textiles et bien d'autres.



Les clients de IKEA Canada apprécient nos articles à prix réduit !

À l'EF24, les articles à prix réduit les plus vendus comprenaient notre emblématique agencement KALLAX, notre armoire-penderie PAX fonctionnelle et nos cuisines modulaires SEKTION très appréciées. Alors que nous entamons l'EF25, faire en sorte que nos articles soient encore plus abordables continuera d'être une priorité pour nous, car nous demeurons déterminés à ramener les niveaux de prix de IKEA aux niveaux d'avant la pandémie.

« Nous savons que nos articles et nos accessoires d'ameublement apportent de la joie aux gens chaque jour. Nous savons qu'ils ont aidé des millions de personnes à réaliser leur rêve de vivre dans une belle maison abordable, et ce, depuis plus de 80 ans à l'échelle mondiale et 47 ans au Canada. Nous restons résolus à maintenir notre engagement à l'égard des prix abordables et du rapport qualité-prix, si importants en ce moment. »



Selwyn Crittendon
PDG et directeur Développement durable
IKEA Canada

Fait intéressant

IKEA Canada a rediffusé l'une de ses publicités télévisées les plus emblématiques, insufflant une énergie nostalgique très appréciée à son engagement de réduire le prix des articles d'ameublement. Depuis sa première apparition, il y a 20 ans, la phrase emblématique de la publicité, « pars le char », est devenue un euphémisme pour dire qu'on a trouvé de bonnes offres.





DAJLIEN
Desserte

99 \$

L'entraînement sportif n'est pas tout, mais tout est propice à l'entraînement sportif. La collection DAJLIEN vise à redéfinir l'entraînement sportif à l'aide d'articles intelligents et multifonctionnels, faciles à utiliser, à ranger, à porter et à transporter, et conçus pour s'intégrer parfaitement dans la maison. La collection repose sur une palette de couleurs scandinave comprenant du vert et du jaune, du blanc et des tons boisés clairs.





IKEA Canada célèbre la première année de son offre de services financiers

Les services financiers sont maintenant offerts dans les magasins IKEA partout au Canada pour accroître l'accessibilité et la commodité des articles d'ameublement pour les Canadiens. Conformément à notre vision de longue date visant à améliorer le quotidien du plus grand nombre, nous collaborons avec la Banque Royale du Canada (RBC) pour offrir du crédit à la consommation à nos clients par l'intermédiaire du programme finanC par RBCMD. Cette solution de prêt remboursable permet aux clients en magasin d'accéder à un financement simple et direct, sans frais cachés, et ce, par l'entremise d'une source fiable. En plus du programme finanC par RBCMD, nous offrons également le programme de paiement échelonné en 4 versements d'Afterpay afin de permettre aux clients de diviser leurs achats en quatre paiements sans intérêt* lorsqu'ils magasinent en ligne.



Un rangement mis en valeur dans toute la maison

Chaque année, à l'échelle mondiale, IKEA porte son attention sur un secteur clé de l'ameublement d'intérieur pour hiérarchiser ses offres commerciales, mettre en avant de nouveaux articles et agencements intéressants et veiller à ce que les collaborateurs et les clients les gardent à l'esprit. À l'EF24, notre attention extraordinaire a célébré le rangement dans toute la maison.

Pour donner le coup d'envoi de l'année au Canada, nous avons établi un partenariat avec des designers canadiens de renom, Mason Studio, dans le cadre d'une activation d'événements éphémères pour la marque. Les portes ouvertes IKEA Canada ont mis l'accent sur l'installation plus grande que nature de l'un de nos rangements les plus célèbres : l'étagère KALLAX. L'événement a célébré huit décennies de design et d'innovation et a accueilli plus de 500 visiteurs dans le cadre d'une exposition qui a eu lieu le temps d'une fin de semaine.

Le rangement à la maison a été un moteur de croissance pour IKEA Canada pendant l'EF24. Ce segment a généré la majeure partie de la croissance avec un taux de rotation de +7 % et une croissance à deux chiffres de 10 % de la quantité d'articles IKEA vendus. Le rangement pour chambres à coucher, salon et chambres pour enfants ont constitué les principaux facteurs de croissance. Cette année, IKEA Canada a également lancé de nouveaux articles novateurs du caisson pliant de l'armoire-penderie PAX à la nouvelle bibliothèque BILLY durable en passant par la commode VIHALS dotée d'un dispositif de sécurité innovant.

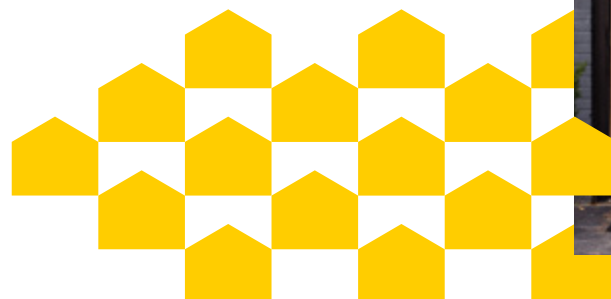


Photo: Scott Norsworthy



L'inspiration en magasin

À l'EF24, nous avons organisé de nombreux événements et expériences passionnants pour susciter l'enthousiasme et continuer d'établir des relations durables tant avec nos collaborateurs qu'avec nos clients. Nous avons organisé la première édition de notre expérience « Journées Hej », un événement commercial axé sur les économies en magasin et en ligne, incluant une offre de réduction de 15 % sur les articles du Marché, des réductions sur les Services alimentaires IKEA et l'ajout de cadeaux offerts en magasin. Au cours de nos Journées Hej, nous avons accueilli plus de 450 000 clients dans nos magasins partout au Canada et plus de 2 millions de clients en ligne.

En plus des événements commerciaux, nous avons également mis en valeur des expériences culinaires emballantes en magasin, notamment notre souper de la Saint-Valentin, plébiscité par les clients, et notre expérience Julbord qui a vu nos restaurants se transformer en expériences culinaires intimes grâce à des menus choisis avec soin. Les deux événements ont été couronnés de succès : les clients ont fait part de leur enthousiasme sur les médias sociaux et ont réservé des billets bien à l'avance !

À l'EF25, nous créerons sans cesse des expériences et des événements inspirants en magasin afin de mettre en valeur nos articles et nos offres de services abordables, et de renforcer l'amour de la marque et la fidélité de nos clients et de nos collaborateurs.



Fait intéressant

Cette année, notre programme de fidélisation IKEA Family a atteint la barre des 5 millions de membres au Canada ! Le programme IKEA Family nous permet d'en savoir plus sur les goûts, les idées et les plans de nos clients, d'organiser soigneusement la meilleure expérience IKEA et d'aider les clients à concrétiser leurs idées et leurs rêves.

Offrir de meilleures vies



Nous nous sommes engagés sur un parcours de vie dans le but d'appuyer une société plus juste et plus égalitaire. L'égalité est le fondement d'un meilleur quotidien pour le plus grand nombre. De ce fait, nous nous sommes engagés à intégrer l'équité, la diversité et l'inclusion dans tous les aspects de notre entreprise, en plaçant les gens au cœur de tout ce que nous faisons.



Bâtir une relation durable avec nos collaborateurs

Nous savons que près d'un Canadien sur dix accorde de l'importance aux organismes qui ont une vision au moment d'envisager des possibilités d'emploi. En 2023, nous avons lancé une nouvelle campagne sur la marque de l'employeur, mettant en vedette de vrais collaborateurs IKEA et leurs histoires, pour démontrer qu'il est possible de bâtir une carrière empreinte de sens et à long terme avec IKEA. Au cours de la dernière année, nous avons continué de présenter les parcours uniques et inspirants de nos collaborateurs, tant à l'interne qu'à l'externe, en recrutant de nouveaux talents et en renforçant les liens avec nos collaborateurs actuels.

Afin d'établir une relation à long terme avec nos collaborateurs, nous sommes guidés par une stratégie axée sur les personnes qui met l'accent sur le souhait de prendre soin de nos collaborateurs et des choses qui comptent le plus pour eux, comme la souplesse, les outils et les options financiers, les possibilités de perfectionnement et les avantages en matière de santé mentale.

Au cours de l'année passée, nous avons déployé deux initiatives Personnes et culture notables : la mise à jour de nos politiques de congés parentaux et l'amélioration de nos régimes collectifs d'épargne.

Afin de mieux nous aligner sur notre programme en matière d'égalité, de diversité et d'inclusion, nous avons remplacé notre congé de maternité par un congé parental, qui concerne maintenant la mère biologique, le père, le parent de même sexe et le parent adoptif. Les dirigeants ainsi que les collaborateurs à temps plein et à temps partiel sont admissibles à ce programme plus solide, qui offre 17 semaines de supplément de salaire pour le parent qui accouche et 9 semaines pour l'autre parent.

Nous avons également apporté deux améliorations à nos régimes collectifs d'épargne afin de mieux soutenir le bien-être financier de nos collaborateurs, soit la possibilité d'affecter une cotisation de contrepartie de IKEA à un compte d'épargne libre d'impôt et la mise à disposition d'un fonds de revenu de retraite (offerts par l'intermédiaire de Canada Vie).

Tout au long de 2024, nous avons constaté une diminution importante de notre taux de roulement des collaborateurs, le taux étant à 35 % au commencement de l'année et à 24,5 % à la fin ; il s'agit du plus bas taux de roulement constaté en 10 ans ! Nous avons dépassé notre objectif de 29 % et dépassé largement le résultat de l'an dernier de 11,2 %. À l'EF25, nous nous efforcerons de poursuivre cette tendance à la baisse et plus important encore, nous tâcherons de renforcer le perfectionnement de nos collaborateurs et leur parcours guidé par la vision IKEA.

Meilleurs employeurs pour la diversité au Canada

En juillet 2024, nous avons été nommés l'un des meilleurs employeurs pour la diversité au Canada par Forbes et Statista pour la troisième année consécutive. Cette mention est décernée aux entreprises qui montrent la voie dans les catégories suivantes : âge, égalité des genres, origines ethniques, handicaps, communauté 2SLGBTQ+, diversité et inclusion en général. Nous sommes fiers de cet accomplissement. Toutefois, nous sommes conscients qu'il reste beaucoup à faire. Nous continuerons à prendre des mesures positives dans notre parcours EDI jusqu'à ce que chaque collaborateur se sente à l'aise d'être fidèle à lui-même au travail.



« Chez IKEA, notre vision est d'améliorer le quotidien du plus grand nombre, et cela commence avec nos collaborateurs. Figurer sur la liste Forbes pour la troisième année consécutive est non seulement un honneur, mais aussi un témoignage de notre engagement inébranlable à créer un milieu de travail inclusif qui célèbre la diversité sous toutes ses formes. Notre engagement commence par nos efforts de recrutement et se poursuit dans tous les aspects de notre entreprise, y compris les méthodes de travail, les politiques, les processus et les interactions avec les clients. Nous nous engageons à persévérer dans ces efforts cruciaux pour nous assurer que chaque employé se sent vu, entendu et habilité chaque jour. »



*John Williams
responsable Égalité, diversité et inclusion
chez IKEA Canada*





TESAMMANS
Table d'appoint
69⁹⁹\$

Découvrez une collaboration entre IKEA et le duo de designers Raw Color. Ensemble, nous avons créé TESAMMANS, une collection de meubles, de textiles et d'articles décoratifs qui comprend des combinaisons de couleurs surprenantes. Cette collection est prête à égayer votre intérieur et à ajouter une touche inattendue à votre décor.





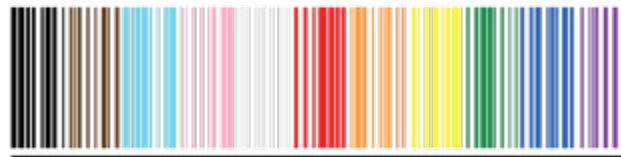
FIERTÉ

2ELGBTQ+

01.06.2024



Fabriquée au Canada

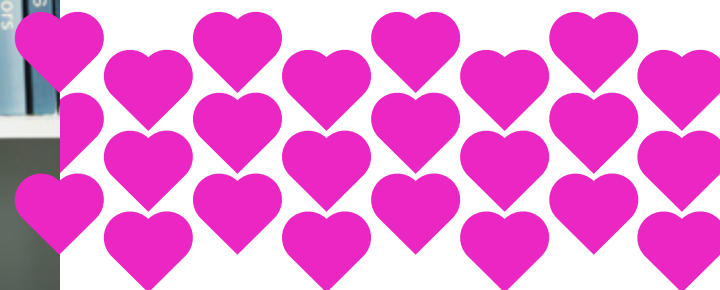


FR

Chez IKEA Canada, la célébration de la Fierté est un moyen de créer un environnement inclusif qui accueille, respecte et soutient les collaborateurs et les clients 2ELGBTQ+, peu importe leur identité, leur amour ou la personne avec qui ils choisissent d'assembler des meubles.

EN

At IKEA Canada, celebrating Pride means creating an inclusive environment where all 2SLGBTQ+ co-workers and customers feel welcomed, respected, and supported – no matter who you are, who you love, or who you choose to assemble furniture with.



Célébrer la diversité de nos collaborateurs et de nos clients

Chez IKEA, notre ambition est de créer un milieu de travail où les personnes de tous les genres, origines ethniques, couleurs de peau, nationalités, aptitudes et orientations sexuelles se sentent acceptées et à l'aise d'être fidèles à elles-mêmes au travail, afin de grandir et de s'épanouir. Tout au long de l'année et aux quatre coins du pays, nos établissements célèbrent de nombreux jours importants pour l'égalité, la diversité et l'inclusion afin de favoriser un environnement inclusif où chacun se sent en sécurité, valorisé et respecté. Ces célébrations honorent et reconnaissent la diversité des origines, des cultures et des expériences de la communauté et encouragent l'éducation et le dialogue constructif entre nos collaborateurs et nos clients.

Nous sommes également fiers d'avoir mis en place divers groupes de ressources pour les collaborateurs (GRC), qui contribuent à promouvoir une culture d'inclusion et à faire de IKEA Canada une entreprise où il fait bon travailler. Les GRC existants soutiennent les collaborateurs racisés, autochtones et 2SLGBTQ+ et visent à assurer l'équilibre entre les genres sur le lieu de travail, donnant ainsi à tous les collaborateurs la possibilité de s'exprimer entre eux, avec leurs partenaires et avec la direction de IKEA. Les GRC favorisent la collaboration et le partage d'une diversité des idées, propices à la mise en place d'un milieu de travail plus positif et novateur qui profite à tous. En résumé, les GRC ne sont pas seulement des groupes de soutien : ce sont des atouts stratégiques qui stimulent notre réussite en habilitant le plus grand nombre.



« IKEA ne croit pas que les rôles devraient suivre certains stéréotypes de genre, mais elle permet aux gens d'essayer de nouvelles choses et de s'épanouir dans ces domaines s'ils le souhaitent. IKEA a toujours soutenu mon cheminement vers l'égalité avant même que nous commencions à utiliser les mots, que ce soit pour appuyer ma vie professionnelle ou ma vie personnelle. »



*Geraldine Ennis
chef de service Approvisionnement
IKEA Halifax*



Soutenir les communautés que nous servons

Nous avons œuvré pour passer des initiatives ayant une incidence à court terme à des initiatives pouvant susciter des changements positifs durables dans la société. Notre cadre Quartiers Ingka vise à créer un impact social durable dans les quartiers à proximité de nos magasins et de nos points de rencontre clients. Il met en avant les projets dans les trois domaines dans lesquels nous estimons pouvoir faire le plus bouger les choses : accroître l'accès à de meilleures maisons, ouvrir la voie à un travail décent et permettre au plus grand nombre de participer.

♥ « La mission de Rainbow Railroad, qui consiste à aider les personnes contraintes à fuir leur domicile, résonne vraiment avec IKEA et le travail que nous faisons pour soutenir les réfugiés et les nouveaux arrivants au Canada. Nous étions très fiers de nous associer à une organisation qui a une incidence aussi positive et influente et qui cadre avec notre vision d'améliorer le quotidien du plus grand nombre. Et quelle meilleure façon de célébrer les avancées et de continuer à joindre nos forces pour le changement que de partager une tranche de gâteau coloré et délicieux ? »



Ron Conacher
directeur commercial Services alimentaires
IKEA Canada

Notre fierté fièrement affichée

Chez IKEA, nous sommes convaincus que chacun a le droit d'être traité équitablement et de se voir offrir des chances égales, indépendamment de son orientation sexuelle ou de son identité de genre. Nous nous engageons à créer un environnement inclusif où tous nos clients et collaborateurs, y compris les personnes 2SLGBTQ+, peuvent se sentir à l'aise, non seulement chez IKEA, mais partout. Chaque année, nous célébrons les droits des personnes 2SLGBTQ+ et nous nous rappelons le travail qu'il reste à faire en hissant le drapeau de la Fierté à l'occasion de la Journée internationale contre l'homophobie, la transphobie et la biphobie (IDAHOBIT), en participant aux marches de la Fierté partout au Canada, en offrant des espaces et des forums sécuritaires où les collaborateurs de la communauté 2SLGBTQ+ et leurs alliés peuvent discuter et se soutenir les uns les autres, en faisant don des produits découlant de la vente de nos sacs STORSTOMMA à des organismes locaux qui fournissent des services et des programmes de soutien aux personnes 2SLGBTQ+, soit plus de 250 000 \$ amassés depuis 2018. En 2024, nous étions également très heureux d'avoir formé un nouveau partenariat avec Rainbow Railroad, une organisation mondiale à but non lucratif qui aide les personnes LGBTQI+ à risque, qui font face à la persécution et à la violence, à trouver la sécurité partout dans le monde. En faisant don de la totalité des produits découlant de la vente de notre gâteau arc-en-ciel (jusqu'à 200 000 \$), nous avons aidé Rainbow Railroad à soutenir environ 500 réfugiés LGBTQI+ afin d'améliorer.



Réconciliation avec les Autochtones

En 2021, nous avons établi notre Stratégie de réconciliation avec les Autochtones axée sur l'appel à l'action 92 de la Commission de vérité et réconciliation du Canada (CVR) pour les entreprises et la réconciliation. L'évolution et le déploiement de cette stratégie se poursuivent selon trois piliers fondamentaux : l'apprentissage et l'éducation, la collaboration et la conversation, et la réciprocité avec les communautés autochtones. Dans nos établissements partout au Canada, nous célébrons la Journée nationale de la vérité et de la réconciliation, la Journée nationale des peuples autochtones et le Mois national de l'histoire autochtone afin de reconnaître le patrimoine unique, la diversité des cultures et les contributions exceptionnelles des peuples autochtones, en plus de faire la preuve de notre engagement envers la réconciliation. Nos établissements travaillent également à établir des relations empreintes de sens et durables avec les communautés autochtones locales. Cette année, IKEA Richmond, en collaboration avec notre centre de distribution clients (CDC) de Vancouver, a fourni une expertise en matière d'ameublement d'intérieur et des articles à l'appui de la création de Ta Tsíptspi7lhk̓n (nid linguistique), le premier centre dédié à la langue et à la culture du peuple Squamish en 90 ans. Le centre de distribution et le centre de distribution clients (CD et CDC) de IKEA Beauharnois, en collaboration avec le Centre linguistique et culturel Kanien'kehá:ka Onkwawén:na Raotitíohkwa (KORLCC), a lancé un concours d'art de fresques murales pour présenter les œuvres d'un artiste local à l'entrée de l'entrepôt de IKEA Beauharnois.



Apporter des changements pour une meilleure planète

En tant que plus grand détaillant d'articles d'ameublement au Canada, nous croyons qu'il est de notre responsabilité d'avoir une influence positive tant sur la planète que sur ses habitants. Nous avons entrepris des démarches pour accélérer la mise en œuvre de nos mesures de lutte contre les changements climatiques visant à réduire de moitié nos émissions dans l'ensemble de la chaîne de valeur IKEA d'ici l'EF30 et atteindre la carboneutralité d'ici l'EF50. En plus de renforcer nos mesures de lutte contre les changements climatiques, nous continuons d'inspirer nos clients à mener une meilleure vie au quotidien en respectant les limites des ressources naturelles de notre planète, en mettant l'accent sur un mode de vie sain et durable, la circularité et un impact social positif.



Notre contribution pour un avenir plus respectueux de l'environnement



14 278 panneaux solaires
ont produit 3 459 501 kWh



2 parcs éoliens
ont produit 323 319 686 kWh
d'énergie éolienne



3 propriétés géothermiques



78 stations de recharge pour véhicules électriques
réservées aux clients et aux collaborateurs



39 169 Canadiens
ont chargé leur véhicule chez IKEA



67 stations de recharge pour véhicules électriques
dédiées aux camions commerciaux



107 028 livraisons
réalisées au moyen de camions de livraison électriques

Données du 1er septembre 2023 au 31 août 2024



« J'aime le fait que IKEA offre de nombreuses possibilités d'explorer de nouvelles choses et d'assumer différentes responsabilités. Je me vois travailler ici pendant les 13 prochaines années. Je ne peux pas dire ce que je ferai, mais je sais que chez IKEA, les possibilités sont infinies. À un merveilleux avenir ! »



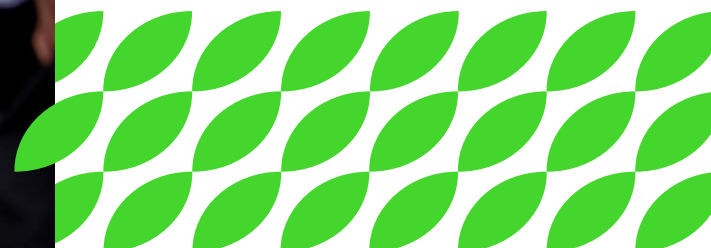
Jocelyn Emery
spécialiste Commerce interentreprises
Centre de soutien clients



DAKSJUS
Cache-pot, jeu de 4
899 \$

Donnez vie à l'amour des plantes qui dort en vous! DAKSJUS s'adresse à toutes les personnes qui aiment planter, cultiver et vivre une vie plus durable à la maison. Riche en jardinières, pots et accessoires bien conçus, cette collection offre tout ce dont vous avez besoin pour jardiner sans gâchis, choyer facilement vos amies les plantes et concevoir une magnifique façon d'exposer votre travail.





Vers un avenir plus vert grâce aux véhicules électriques

En tant que détaillants engagés sur la voie du développement durable, nous sommes fiers de continuer à montrer la voie en investissant dans notre infrastructure adaptée aux véhicules électriques (VE) partout au Canada. Nous visons à ce que 100 % de nos livraisons à domicile soient effectuées au moyen de véhicules électriques (VE) ou d'autres méthodes à zéro émission d'ici 2025 dans les zones de marchés principaux. Au cours de l'année passée, nous avons ajouté 45 nouveaux camions à notre parc de véhicules, ce qui nous a permis d'effectuer 107 028 livraisons à domicile partout au Canada au moyen de véhicules électriques, ce qui représente 15 % de nos livraisons à domicile totales de l'EF24. Nous sommes continuellement l'un des seuls détaillants offrant un service de livraison d'articles volumineux à utiliser des camions à zéro émission et nous espérons influencer les autres pour que cette pratique devienne monnaie courante dans le secteur de la vente au détail.

Reconnue comme l'employeur le plus écologique du Canada

En 2024 et pour la 16e année consécutive, IKEA Canada a été nommée l'un des employeurs les plus écologiques du Canada par Mediacorp Canada Inc. Ce prix reconnaît les employeurs qui mènent la charge au pays pour instaurer une culture de sensibilisation à l'environnement et attirer des talents au sein de leurs organisations grâce à un solide leadership en matière d'environnement.

Rendre le mode de vie durable accessible aux nombreux Canadiens

L'une des façons d'inspirer un meilleur quotidien tout en respectant les limites des ressources naturelles de notre planète consiste à faire en sorte qu'un mode de vie plus sain et plus durable soit le choix facile et abordable pour le plus grand nombre. Chez IKEA, nous concevons des articles et des services qui permettent aux personnes de faire des choix plus durables, comme réduire le gaspillage alimentaire, consommer plus d'aliments d'origine végétale, économiser l'énergie et l'eau et entretenir les articles IKEA qui leur sont chers et les passer au suivant.



TASM ?! (taxe sur les articles de seconde main)

Saviez-vous que les Canadiens paient une taxe sur les articles de seconde main, même si la taxe a déjà été payée la première fois ? Mettons fin à la double imposition !

Pour lancer le Mois de la Terre cette année, nous avons entamé une discussion incontournable sur cette question, en espérant mettre fin à la double imposition qui touche les articles de seconde main. Une pétition en ligne a permis de recueillir plus de 35 000 signatures et la campagne a attiré l'attention d'autres détaillants, de représentants du gouvernement et de nos clients. Nous comptons poursuivre cette discussion au cours de l'EF25 afin qu'un jour, la double imposition prenne fin, pour de bon.



Une maison vide n'est pas un foyer

Nous croyons que tout le monde a le droit de vivre avec dignité dans le confort de son propre foyer. Pourtant, des centaines de milliers de personnes et de familles au Canada ont un toit sans pour autant se sentir chez elles, notamment parce qu'elles vivent sans les meubles de base comme un lit, un canapé et une table. On parle alors de pauvreté mobilière, une situation qui peut entraîner des conséquences tant physiques et émotionnelles que financières pour les personnes qui en sont victimes.

Nous travaillons efficacement en étroite collaboration avec Furniture Bank dans la région du Grand Toronto (RGT) pour lutter contre la pauvreté mobilière et promouvoir des pratiques durables au sein de notre communauté. Ce qui a commencé en 2019 comme un programme pilote visant à réutiliser les matelas IKEA retournés s'est maintenant transformé en une entente de trois ans avec Furniture Bank pour desservir tous les établissements IKEA de la région du Grand Toronto dans le but de réduire considérablement la pauvreté mobilière dans cette région. Depuis 2019, IKEA a donné plus de 25 850 matelas à près de 11 680 familles dans le besoin. La réutilisation de ces matelas a permis d'éviter l'émission de gaz à effet de serre équivalant à 1 734 tonnes métriques de CO₂. Nous prévoyons de continuer à renforcer les capacités de notre partenariat avec Furniture Bank afin d'améliorer nos efforts en matière de circularité et de répondre aux besoins sociaux de manière éthique, enthousiaste, responsable et axée sur la communauté tout en cherchant des façons d'étendre ce programme à l'ensemble du Canada.

Une maison, une planète, Canada

En avril, nous avons accueilli plus de 100 personnes issues du monde des affaires, du gouvernement, d'entreprises sociales, de groupes communautaires et du monde universitaire qui partagent nos intérêts à l'occasion de notre événement Une maison, une planète. Une maison, une planète est un événement IKEA qui a lieu partout dans le monde, y compris en Allemagne et aux États-Unis, et pour la première fois, au Canada.

L'objectif est de prendre des mesures communes pour régler des problèmes courants qui touchent tout le monde. Les gestes sont toujours plus éloquentes que les paroles ; c'est pourquoi lors de cet événement, nous nous sommes concentrés sur des solutions à un défi que nous avons dû relever pendant des années : comment pouvons-nous aider tous les Canadiens à trouver des solutions circulaires pratiques et accessibles, y compris la réparation et la réutilisation, qu'ils peuvent facilement mettre en œuvre dans leur maison ? Nous avons hâte de nous retrousser les manches et de continuer à collaborer avec nos partenaires d'un bout à l'autre du pays pour apporter des changements indispensables.

« Chez IKEA Canada, nous avons toujours cru en l'importance de redonner aux communautés que nous desservons. La pauvreté mobilière est une crise qui se déroule derrière des portes closes et de nombreuses personnes et familles n'ont pas les meubles de base pour vivre dignement. Notre partenariat élargi avec Furniture Bank nous permet de continuer à améliorer concrètement la vie des personnes qui en ont le plus besoin tout en faisant la promotion de pratiques durables au sein de notre communauté. »



Helene Loberg
directrice Développement durable
IKEA Canada

Créer une meilleure entreprise

Notre parcours visant à devenir un détaillant omnicanal de premier plan est bien entamé, alors que nous continuons d'introduire de nouvelles façons de magasiner, d'améliorer l'expérience en magasin, de renforcer les capacités et les services numériques et d'optimiser nos réseaux de traitement des commandes pour assurer une expérience intégrée et harmonieuse à tous les points de contact avec les clients.



Rapprocher IKEA du plus grand nombre de Canadiens

Nous sommes déterminés à faire en sorte que les articles, les aménagements, les services et l'inspiration de IKEA soient plus accessibles et plus abordables pour nos clients en rapprochant nos points de rencontre clients de l'endroit où ils vivent, travaillent et socialisent. Les points de planification et de commande sont des endroits faciles d'accès où les clients peuvent obtenir du soutien personnalisé en matière de design de la part d'experts IKEA afin de concevoir les espaces de leurs rêves qui répondent à leurs besoins changeants à la maison. Une fois leur commande passée, les clients peuvent se faire livrer à domicile ou à un point de ramassage local. En 2024, nous avons célébré l'ouverture officielle de trois nouveaux points de planification et de commande situés à London et à Barrie, en Ontario, et à Lachenaie, au Québec,, ce qui a permis d'étendre notre réseau croissant de points de planification et de commande et de le faire passer à huit emplacements au Canada.



Devenir un détaillant omnicanal de premier plan

En tant que chefs de file de la vie à la maison, nous sommes constamment à la recherche de façons d'optimiser nos opérations afin de mieux répondre aux besoins de nos clients en matière de commodité, d'abordabilité et de rapidité, tout en les aidant à réaliser leurs aspirations à une vie meilleure à la maison. Fidèles à notre esprit d'entreprise, nous mettons continuellement à l'épreuve de nouvelles initiatives, puis en tirons des leçons à mesure que nous développons et transformons la quasi-totalité des rouages de nos activités. L'an dernier, nous avons amélioré l'expérience client et le parcours client de plusieurs façons sur le plan numérique. Ces initiatives comprenaient : l'intégration numérique des services d'assemblage pour permettre aux clients d'acheter des articles et des services simultanément ; l'amélioration de nos plateformes de vente numérique pour mieux servir nos clients en leur permettant de trouver des articles, de planifier et de passer des commandes ; l'intégration d'outils de planification aux kiosques libre-service en magasin qui permettent aux clients de planifier et de passer eux-mêmes des commandes ; l'offre de nos cartes de remboursement en format numérique.

En 2023, nous avons annoncé notre intention d'injecter plus de 400 millions de dollars dans des projets d'expansion dans les régions du Grand Vancouver et du Grand Toronto qui amélioreront nos services de livraison et de ramassage et qui renforceront nos capacités de traitement des commandes afin que les articles parviennent aux clients le plus rapidement possible. Au cours de l'année passée, nous avons franchi avec succès de nombreuses étapes importantes dans le cadre de ces projets d'expansion complexes et multidimensionnels. Guidés par notre engagement à prendre soin de la planète et de ses habitants, nous continuerons de redoubler d'énergie pour achever les projets concernant les régions du Grand Vancouver et du Grand Toronto au cours des prochaines années. À la suite de leur ouverture officielle à l'automne 2023, le centre de distribution (CD) et le centre de distribution clients (CDC) de Beauharnois sont maintenant entièrement opérationnels : ils nous permettent d'offrir à nos clients de l'Est du Canada une meilleure disponibilité des articles et des délais de livraison plus efficaces en plus de réduire les émissions de gaz à effet de serre en raison des distances d'itinéraires de livraison plus courtes.

« Ce que j'aime le plus dans mon travail chez IKEA, c'est que l'âge n'est pas un frein. J'avoue fièrement que j'ai 59 ans ! Peu d'entreprises peuvent se vanter d'embaucher des personnes dans la cinquantaine ou même d'offrir toute cette marge de manœuvre pour se développer. IKEA m'a donné la possibilité d'entamer une autre carrière au moment où la plupart des entreprises préparent ta retraite. »



*Fabienne Saint-Lo
chef de service adjointe Solutions à distance
Centre de soutien clients*



DYKARKLOCKA
Abat-jour suspension
79⁹⁹ \$

Célébration du 80e anniversaire de IKEA, cette collection puise dans les archives pour mettre au goût du jour des articles iconiques avec de nouveaux matériaux et couleurs. Établissant un lien entre le passé, le présent et l'avenir, les quatre articles Nytillverkad ont chacun leur propre caractère unique qui célèbre notre design simple, fonctionnel et toujours un peu ludique.

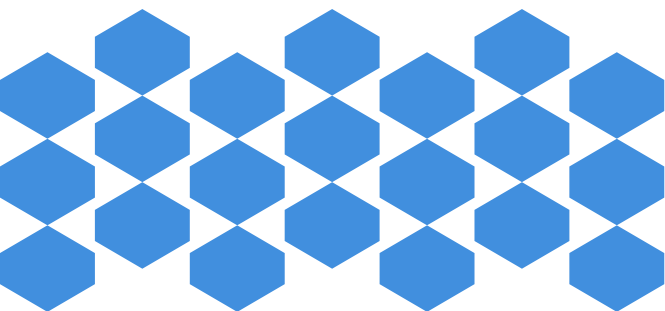




Donner plus de vie à nos articles

Non seulement nous veillons à ce que les clients reçoivent leurs articles IKEA neufs en temps opportun et de façon abordable, mais nous tenons également à offrir la même expérience de magasinage exceptionnelle pour nos articles de seconde main. Nous sommes convaincus que la circularité est bonne à la fois pour notre planète et pour nos portefeuilles, et c'est pourquoi nous voulons que les consommateurs puissent faire des achats circulaires sans tracas.

En 2024, nous avons transformé les rayons Tel quel de tous les magasins canadiens pour qu'ils soient plus inspirants et plus agréables à visiter. De plus, nous avons augmenté le nombre d'articles qui y sont offerts ainsi que le nombre de collaborateurs en mesure de fournir une assistance. Les clients peuvent par ailleurs magasiner et réserver des articles vivant leur seconde vie puis les ramasser en magasin. Ils peuvent aussi commander des pièces et du matériel de rechange et ainsi contribuer à l'économie circulaire en nous revendant leurs articles IKEA usagés en échange d'un crédit en magasin grâce à notre programme Revendez-les. À la suite de ces changements, un plus grand nombre de clients ont été en mesure de faire des achats au rayon Tel quel, permettant de prolonger la durée de vie de nos produits grâce à de nouveaux acquéreurs qui sauront en profiter, pour moins cher!



Offrir un service à la clientèle exceptionnel, partout

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 pays peuvent réaliser leurs achats par téléphone ou par clavardage en ligne. Tout au long de l'EF24, nous avons offert une expertise en ameublement d'intérieur à plus de 12 500 Canadiens dans le cadre de rendez-vous de planification virtuels. Plus de la moitié des rendez-vous étaient des séances de planification de cuisine, tandis que les autres portaient sur des groupes d'articles qui vont de pair avec le soutien à la planification.

Parmi les responsabilités qui lui incombent, le CSC doit répondre aux nombreuses 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 ce jour, notre équipe Résolutions a répondu à plus de 517 000 clients par téléphone et par clavardage. Nos clients qui sollicitent du soutien après-vente sont plus heureux que jamais ; notre indice de satisfaction des clients pour l'EF24 s'élève à 84 %, un taux supérieur à l'objectif initial de 77 %.



« Faith m'a offert LE MEILLEUR service à la clientèle que j'aie jamais reçu chez IKEA. Je suis un client fidèle de IKEA et dans le cadre de mon achat de cuisine, j'ai eu affaire à divers collaborateurs qui ont résolu un certain nombre de problèmes. Elle a été de loin la plus agréable, la plus compétente et la plus serviable que j'aie rencontrée jusqu'à présent. Elle était ABSOLUMENT FANTASTIQUE. J'apprécie ses efforts, son comportement et sa patience à mon égard, car il fallait rajuster le prix d'un certain nombre d'articles qui faisaient partie de plusieurs commandes. Elle devrait servir de modèle ou de mentor à d'autres collaborateurs IKEA. »

*Abigail Morris
cliente chez IKEA Canada*



Offrir le cadeau le plus plat qui soit plus facilement que jamais

Qu'il s'agisse d'une remise de diplômes, d'une pendaison de crémaillère ou bien d'un mariage ou encore d'une fête prénatale, les cartes-cadeaux IKEA sont une excellente façon de célébrer les grands moments de la vie. Cette année, les Canadiens ont pu offrir le cadeau d'un meilleur quotidien à la maison plus facilement que jamais grâce aux cartes-cadeaux IKEA, commodément offertes chez 15 000 détaillants, y compris dans les stations-service, dans les pharmacies, chez les dépanneurs et dans les épiceries. Accroître l'accessibilité et l'offre des cartes-cadeaux IKEA chez des détaillants tiers comme Pharmaprix, Loblaws, Dollarama, Jean Coutu et Walmart, ainsi que dans nos magasins IKEA partout au Canada, a permis de toucher un plus grand nombre de consommateurs.



Choisir IKEA pour votre entreprise

Chez IKEA pour entreprises, nous comprenons les défis quotidiens que les entreprises doivent relever quand vient le temps de trouver les bons aménagements pour leurs espaces, et nous sommes là pour les appuyer grâce à notre assortiment complet d'agencements inspirants et fonctionnels. Bureaux innovants, cafés et espaces de vente au détail magnifiques, résidences pour étudiants et ensembles résidentiels invitants ; l'aménagement d'intérieur présente tant de possibilités. Au cours de l'année passée, les clients de IKEA pour entreprises se sont tournés vers nous pour que nous les aidions à aménager leurs espaces et à répondre à leurs besoins en matière de rangement : le résultat ? Les armoires-penderies PAX, les bibliothèques BILLY, les étagères KALLAX et les cuisines SEKTION sont les articles les plus vendus parmi les petites et moyennes entreprises dans divers secteurs. Nous avons également eu le plaisir de présenter une nouvelle collection de bureaux qui tient compte de l'augmentation des espaces de travail polyvalents et partagés. Incluant des tables de conférence, des bureaux, des séparateurs de pièces et de bureaux et des cloisons acoustiques, la famille MITTZON accorde la priorité au bien-être, à la souplesse, à la conception biophile et aux accessoires de bien-être acoustique adaptables pour les aires de travail individuelles et collectives.



La force du nombre avec le réseau de IKEA pour entreprises

En 2024, le réseau IKEA pour entreprises, notre programme de fidélisation destiné aux entreprises, a connu une croissance de près de 49 % par rapport à l'année précédente pour atteindre 56 385 membres ! Nos membres ont profité d'une gamme complète d'avantages, y compris des réductions exclusives aux membres, des avantages pour les employés, des conseils d'aménagement rapides et gratuits et des services de design à prix réduit. Qu'il s'agisse de bureaux, de restaurants, d'espaces de vie pour étudiants ou de lotissements résidentiels, nos experts en design aident les entreprises à visualiser les espaces de travail de leurs rêves et à les concrétiser, sans vider leur compte en banque.

IKEA au Canada

IKEA compte plus de 80 ans d'expérience dans le secteur de la vente au détail à l'échelle mondiale et 48 ans au Canada. Nous sommes déterminés à évoluer sans cesse afin de créer un meilleur quotidien pour le plus grand nombre grâce à des articles et des services abordables et durables. Cet engagement vise à offrir une expérience de magasinage fluide sur plusieurs plateformes, en veillant à ce que chaque interaction soit aussi unique et précieuse que le sont nos clients.



16 magasins

1 centre de distribution

3 centres de distribution clients

1 centre de soutien clients

8 centres de planification
et de commande

990 points de ramassage

2 parcs éoliens

7200+ collaborateurs

5 M+ de membres IKEA Family

Un regard sur l'avenir

Des possibilités palpitantes attendent IKEA au cours de l'exercice financier 2025 ! Cette année est consacrée au sommeil et aux idées qui inspireront les Canadiens à passer une bonne nuit de repos grâce aux six facteurs essentiels IKEA pour bien dormir : confort, luminosité, température, environnement sonore, qualité de l'air et désencombrement.

Nous maintiendrons notre engagement à nous ranger du côté du plus grand nombre de Canadiens en leur offrant des agencements abordables et durables afin que chacun ait accès à un meilleur quotidien à la maison. En tant qu'entreprise qui dirige en s'appuyant sur une vision, nous sommes convaincus qu'il est possible de créer un meilleur intérieur et une meilleure vie de façon abordable sans compromettre ni la qualité ni la planète et ses habitants.

Nos 7 200 collaborateurs demeurent une priorité absolue. Nous lancerons de nouveaux programmes de perfectionnement des compétences axés sur l'enrichissement des connaissances de nos collaborateurs en matière d'ameublement d'intérieur, en plus d'une formation visant à soutenir nos clients dans le contexte de la vente au détail omnicanal en constante évolution. Nous tenons à ce que nos collaborateurs sentent que IKEA est un endroit où ils peuvent continuer à s'épanouir et à mener une carrière enrichissante.

Nous nous préparons actuellement également à célébrer le 50e anniversaire de IKEA au Canada, qui aura lieu en 2026 ! Dans le cadre de ce travail, nous examinons nos objectifs à long terme et la façon dont nous pouvons concrétiser La maison, c'est la vie en jouant un rôle empreint du sens dans la vie et les intérieurs de toutes les communautés diversifiées du Canada.

Nous avons hâte de vous présenter tout cela et plus encore dans notre Rapport sommaire 2025 !



Tack!

(Cela veut dire « merci » en suédois!)



Équipe de de gestion de IKEA Canada





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

