

IKEA France confirme la pertinence de sa stratégie omnicanale et investit 250 millions d'euros

IKEA France accélère la transformation de son modèle et investit 250 millions d'euros en France pour les 2 années à venir pour devenir encore plus accessible et durable. Plus que jamais, IKEA croit à la force de l'omnicanal et renforce sa digitalisation au service de sa performance et de l'expérience client. IKEA renforce ses investissements pour des livraisons zéro émission partout en France et mettre en avant son offre durable et abordable, pour développer son activité sur le long terme dans les limites offertes par la planète.

Un e-commerce en croissance rapide qui représente 15,4% du chiffre d'affaires

Grâce à l'engagement des collaborateurs, la fidélité de ses clients et son offre esthétique et abordable et malgré 4 semaines de fermeture du site internet et 10 semaines de fermeture des magasins, l'enseigne enregistre un chiffre d'affaires de 2,790 milliards d'euros, en baisse de 7% sur l'année fiscale FY20 (1er septembre 2019 – 31 août 2020)

Les services en ligne pratiques et abordables ont inspiré les clients pour faire évoluer leur intérieur : IKEA France a réalisé 15,4% de son chiffre d'affaires par le e-commerce. L'enseigne enregistre une augmentation de 44% de ses ventes en lignes (414 millions d'euros services exclus), un chiffre qui a quadruplé en 3 ans. Ce résultat a été porté par une forte augmentation des livraisons de colis (+44%) et du Cliquez et Emportez (+ 66%).

Cette période a permis d'accélérer la mise en place de nouveaux services grâce à la forte mobilisation et la créativité des équipes. Le service Cliquez et Emportez a été adapté avec une livraison par « Drive » sur le parking des magasins. Pour continuer à inspirer les clients, IKEA a développé un service de planification à distance de cuisine ou de rangement et un coaching en décoration intérieure avec les collaborateurs des magasins IKEA experts du domaine.

Crise sanitaire : la maison, une valeur refuge

Durant cette année bouleversée par la crise sanitaire, la maison s'est révélée comme une valeur refuge¹ dans laquelle chacun investit pour s'y sentir mieux. Portés par les aspirations des clients pour plus de confort et d'échanges, les résultats ont été portés par les assortiments Cuisine et Chambre (notamment avec les nouveautés et les bas prix).

¹ [IKEA life at home report 2020](#) : contre les turbulences du monde extérieur, 78% des personnes interrogées dans le monde reconnaissent que la maison était un sanctuaire pendant les restrictions de la pandémie en 2020. Ainsi, 2 personnes sur 5 ont effectué des changements dans leur maison. (chiffre monde)

2,790
milliards d'euros
de chiffre d'affaires

15,4%
du chiffre d'affaires
réalisé par le
e-commerce

11 307
collaborateurs IKEA en
France (Meubles IKEA France,
Distribution Services IKEA
France, IKEA Centres France)

2 036 000
livraisons clients

53 millions
de visites en magasin

30,12%
du chiffre d'affaire
connecté à un
service

En FY21, une expérience phygitale pour être toujours plus pratique et accessible

Ces résultats permettent à IKEA France de poursuivre sa transformation omnicanale et d'investir dans de nouveaux formats de magasin en centre-ville et dans la digitalisation de son activité.

IKEA France croit en l'équilibre entre ses services en ligne et ses magasins, et veut déployer une véritable expérience phygitale pour un parcours toujours plus fluide et développer la relation émotionnelle avec l'assortiment. Cela repose sur la complémentarité entre les magasins qui proposent une expérience unique et inspirante, et des outils digitaux qui font gagner du temps aux clients et permettent aux collaborateurs de consacrer plus de temps à l'accompagnement des clients et au conseil en aménagement.

Fort de magasins attractifs qui enregistrent 53 millions de visites en FY20, IKEA investit dans la diversification de ses points de contact et poursuit sa stratégie de pénétration des centre-ville avec de nouveaux formats en France. En septembre 2020, un Atelier de conception a ouvert dans le centre-ville de Nice pour planifier les achats complexes (cuisine, rangement...). IKEA se renforce sur le marché parisien avec l'ouverture du magasin IKEA Décoration au printemps 2021, qui proposera principalement des accessoires et objets de décoration et viendra compléter l'offre de IKEA Paris La Madeleine.

Pour compléter cette expérience IKEA développe de nouveaux outils digitaux :

- Après un test à Lille, IKEA France va déployer d'ici la fin d'année 2020 dans tous ses magasins son service de paiement Shop and Go. Grâce à un QR code, le client pourra scanner lui-même ses produits avec son mobile via l'application IKEA et payer à la caisse dédiée, avec un temps de passage en caisse trois fois plus rapide.
- Pour faciliter le repérage en magasin, IKEA France travaille sur un système de géolocalisation des produits grâce à la réalité augmentée pour guider le client.
- IKEA France continue de développer le service de planification à distance pour la cuisine et le rangement et de coaching en décoration intérieure avec les collaborateurs IKEA experts de l'aménagement intérieur par visioconférence (3725 rendez-vous honorés depuis la création des services en avril 2020).
- Depuis septembre 2020, IKEA France a mis en place une nouvelle interface plus simple et plus rapide pour son service de reprise de meubles d'occasion 'Seconde vie'. Les clients ont accès immédiatement au prix de reprise de leurs meubles et peuvent le rapporter au magasin de leur choix en échange d'un bon d'achat.



Un passage en caisse **3 fois plus rapide**
avec la solution de paiement via l'application mobile

9,5 millions
de clients IKEA Family
fidèles aux collections

2 millions
d'utilisateurs de l'application
IKEA

2 ouvertures de magasin en FY21
(Atelier de conception de Nice en septembre 2020, IKEA
Décoration à Paris au printemps 2021)

100% des livraisons clients zéro émission à Paris

Pour développer son activité sur le long terme tout en diminuant son impact sur l'environnement, IKEA France investit pour faire évoluer les pratiques vers des livraisons plus durables. L'enseigne va livrer tous ses clients parisiens avec des solutions zéro émission en FY21 et dans toute la France d'ici fin 2023.

Pour ce faire, IKEA influence le secteur des livraisons du dernier kilomètre pour déployer de nouveaux prototypes de véhicules correspondant aux besoins des livraisons de meubles. Le groupe Ingka a mené des tests pour essayer des véhicules électriques adaptés pour les livraisons urbaines de IKEA (autonomie, chargement...).

Ce test a permis d'accélérer la mise en service d'un prototype développé par Renault, et IKEA France accompagne ses transporteurs à acquérir 17 véhicules pour livrer les clients parisiens d'ici la fin d'année 2020.

IKEA France est aussi convaincu du potentiel des livraisons pour ses clients via la Seine et poursuit ses travaux sur cette solution complémentaire.

Au-delà de ses services, IKEA veut montrer à ses clients qu'une consommation durable reste abordable. Pour orienter le choix des consommateurs vers des produits encourageant les éco-gestes ou conçus à partir de matériaux renouvelables ou recyclés, IKEA France va déployer un « fil vert » dans tous ses magasins cette année. Les clients auront des informations au long du parcours pour réduire l'impact environnemental de leur consommation tout en maîtrisant leur budget au quotidien. IKEA a également lancé en septembre 2020 son service d'installation de panneaux solaires clé en main, en partenariat avec Voltalia, pour rendre l'énergie solaire chez soi toujours plus accessible.

Engagée à avoir un impact positif auprès des communautés locales où elle développe son activité, IKEA France va former et accompagner 30 réfugiés au cours de l'année fiscale FY21 dans ses unités du Nord-Est et de l'Île-de-France, et 180 partout en France dans les trois prochaines années. Ainsi, IKEA a développé avec des partenaires un programme de formation de 400 heures, en immersion aux côtés des équipes en magasins, pour former les candidats sur des métiers en besoin de main d'œuvre.



100%

des produits conçus à partir de matériaux renouvelables ou recyclés d'ici 2030

200%

des besoins couverts par sa production en énergie renouvelable

70 000 produits

donnés à 130 organisations pendant la crise sanitaire

Zéro énergie fossile

utilisée pour les activités en magasin et dépôts d'ici 2025

100%

des unités équipées en borne de recharge pour véhicules électriques d'ici 2023



Je suis très fier des résultats réalisés cette année. Avec notre offre omnicanale et durable, nos prix bas et toutes nos équipes, nous avons tous les atouts pour répondre aux besoins actuels et futurs de nos clients pour faire de leur maison un lieu qui leur ressemble, l'endroit le plus important au monde dans ce contexte incertain.

Nous accélérons notre digitalisation et le développement de points de contact aux formats inédits et inspirants pour créer une expérience phygitale qui rendra IKEA toujours plus pratique et accessible au plus grand nombre. Transformer IKEA nous permet sans cesse de tester de nouvelles solutions, d'innover ensemble avec tous les collaborateurs et partenaires au service du confort et du bien-être de chacun, et plus largement pour avoir un impact positif sur la planète et la société.

Walter Kadnar, Président Directeur Général et Chief Sustainability Officer de IKEA France



A propos de IKEA France

En France, IKEA est le leader de l'ameublement et de l'aménagement de la maison avec 15,43% de parts de marché. IKEA France emploie 11 307 collaborateurs (Meubles IKEA France, Distribution Service IKEA France et IKEA Centres France), compte 34 magasins, un atelier de conception, un site de e-commerce IKEA.fr, une application, 4 dépôts et un centre de support clients. Pour l'année fiscale 2020*, IKEA Retail France enregistre un chiffre d'affaires de 2,790 milliards d'euros, les magasins IKEA ont reçu 53 millions de visites et les ventes en ligne représentent 15,4% du chiffre d'affaire. IKEA France participe aux objectifs de la stratégie de développement durable du groupe Ingka (principal franchiseur de IKEA) People and Planet Positive, qui vise à avoir un impact positif sur le climat d'ici 2030 et inspirer le plus grand nombre à adopter un mode de vie durable à la maison. IKEA fonde son développement sur une culture d'entreprise suédoise très forte, des valeurs ancrées, clés de son succès. Cette culture et ces valeurs communes à l'ensemble des collaborateurs et des pays dans lesquels IKEA est implanté, aident chacun à se développer et à contribuer à la vision du Groupe IKEA qui est d'améliorer le quotidien du plus grand nombre.

*Exercice fiscal du 1er septembre 2019 au 31 août 2020