

# **Bæredygtighed og menneskelige ressourcer**

-en forudsætning for fremtidig vækst

Jonas Engberg  
Sustainability Manager



# IKEAs vision

*At skabe en bedre hverdag  
for de mange mennesker.*



# IKEA

31. august 2013:

**MEDARBEJDERE**

151.000

**SORTIMENT**

9.500 produkter

**INDKØB**

1.380 leverandører i 54 lande og  
41 handelskontorer i 30 lande

- Europa 63 %
- Rusland, Asien & Australien 33 %
- Nordamerika 4 %

**VAREHUSE**


345 i 42 lande

**OMSÆTNING**

2013: 29,2 mia. € (2012: 27,5 mia. €)

- Europa 79 %
- Nordamerika 14 %
- Rusland, Asien & Australien 7 %





For at fastholde et grundlaget for fortsat vækst, tilstræber vi en positiv indvirkning på mennesker, og på Jordens begrænsede ressourcer.

# Growing IKEA Together

OBJECTIVES

To be the leader in life at home

Growth and long-term profitability

A better IKEA

CORNERSTONES

1

## GROWING IKEA

...through offering better products at lower prices, developing a more vital IKEA and becoming more accessible to the many people

2

## PEOPLE

...through developing all co-workers, strengthening our culture and making IKEA a great place to work

3

## SUSTAINABILITY

...through becoming "people and planet positive" and always acting in a responsible way

4

## LOWER COSTS

...through lowering our overall cost structure and simplifying the way we work

GOALS



# PEOPLE



**Vi tror på mennesker!**  
Der skal en drøm til for  
at skabe en succesrig  
forretningsidé. Der skal  
mennesker til for at føre  
drømme ud i livet

*'Vi tror på, at alle mennesker  
har noget værdifuldt at  
bidrage med, og vi tilstræber  
at have de samme værdier i  
vores måde at arbejde på.'*

**1**

Inspirere, og gøre det muligt for, millioner af kunder til at leve et mere bæredygtigt liv derhjemme

**2**

Efterstræbe resource- og energiuafhængighed

**3**

Indtage en ledende rolle i at skabe et bedre liv for mennesker og samfund

# People & Planet Positive



*'Vi skal fremme vedvarende energi, sunde og sikre kemikalier, ansvarlig forvaltning af skove og landbrugsland, og et mere retfærdigt samfund.'*



VI KAN INSPIRERE OG TILBYDE  
LØSNINGER TIL MILLIONER AF  
MENNESKER, SOM GØR DET  
MULIGT FOR DEM, AT LEVE ET  
**MERE BÆREDYGTIGT LIV  
DERHJEMME.**


Udvalgt målsætning for 2015:

- 90% af vores salgsvolumen skal være produkter, som klarificeres som "mere bæredygtige"

*Verdens urbane  
befolkning vokser med  
mere end 1 million  
mennesker - hver uge..*







## VI VIL STRÆBE EFTER RESSOURCE- OG ENERGIUAFHÆNIGHED

Udvalgte målsætninger 2020:

- Alle materialer anvendt i IKEAs produkter – inkl. emballage – skal være fornybare, genanvendelige eller genbrugte
- Af de ikke-fornybare materialer, som indgår i vores produkter i FY17 skal 50% være genbrugte
- Al bomuld produceret under BCI-kriterier (FY17)
- Al træ skal være certificeret
- 100 % fornybar energi
- 90 % intern kildesortering (affald)

I dag forbruger vi ressourcer svarende til 1,5 planeter..



## VI KAN MEDVIRKE TIL AT SKABE EN BEDRE HVERDAG FOR MENNESKER OG SAMFUND

- Vi vil kontinuerligt understøtte udvikling af gode arbejdspladser, hvor vi driver forretning, og i hele vores leverandørkæde, og vi skal sikre, at vores leverandører overholder vores code of conduct (IWAY).
- Vi vil styrke arbejdet med at beskytte menneskerettigheder, og forbedre børns liv.

Vi har 151.000 medarbejdere  
og mere end to millioner  
mennesker i vores  
leverandørkæde



***‘Sustainability er ikke et projekt for nogle få personer og specialister. Det skal være en del af vores allesammens daglige arbejde’***

# Funktionel Integration

**Som enkeltperson kan være svært at forholde sig til IKEAs globale sociale og miljømæssige påvirkninger..**

Med udgangspunkt i de enkelte funktioners største påvirkninger, unikke rolle, samt direkte indflydelse, er der udvalgt en række fokusområder.

Det har medvirket til at gøre miljøarbejdet og den sociale indsats relevant og vedkommende - og det har ansvarliggjort hele organisationen.

## **VOICE, IKEA Danmark**

*'Sustainability er en naturlig del af det daglige arbejde'*

FY13: 62%

FY14: 73%





HOW DO WE  
BECOME RESOURCE  
AND ENERGY  
INDEPENDENT?



HOW DO WE INSPIRE  
AND HELP OUR  
CUSTOMERS LIVE A  
MORE SUSTAINABLE  
LIFE AT HOME?

By FY17, 50% of the  
wood used in IKEA  
products will be  
recycled or come from  
forests certified as  
responsibly managed.

By the end of FY20, the IKEA  
Group will produce as much  
renewable energy as it  
consumes.

# Tak.

We will transform our  
entire range, making all  
of our products more  
sustainable, whether it  
is saving or producing  
energy, accessing clean  
water or sorting waste.

By the end of FY15, all our  
home furnishing materials,  
including packaging, will  
either be made from  
renewable, recyclable or  
recycled materials.

We're working towards a minimum of 90% of the  
waste from our stores and other operations sorted  
for recycling by the end of FY15.

By FY15 all cotton  
used in IKEA products  
will be produced in  
line with the Better  
Cotton Initiative.

By the end of FY12, all existing  
home furnishing, supply chain  
and global food suppliers will be  
IWAY approved.

HOW DO WE CREATE  
A BETTER LIFE  
FOR PEOPLE AND  
COMMUNITIES?

We will engage customers and co-workers in  
annual local and global campaigns for a good  
cause – going from current annual donations  
of around €10 million to €20 million by FY20.

Did you know that soon  
you won't be able to buy  
incandescent bulbs in our  
stores? By the end of FY16,  
our entire lighting range will  
switch to LED.

