© Inter IKEA systems B.V. 2016

PEOPLE & PLANET POSITIVE

IKEA GROUP
FY16

LA NOSTRA STRATEGIA ”PEOPLE & PLANET POSITIVE”

1 Ispirare e permettere a milioni di clienti di vivere una vita più sostenibile a casa

2 Impegnarsi per l’indipendenza energetica e delle risorse

3 Prendere la leadership nel creare condizioni di vita migliori per le persone e le comunità interessate dalle nostre attività

© Inter IKEA systems B.V. 2016

DESIGN DEMOCRATICO

1 FORMA

2 QUALITÀ

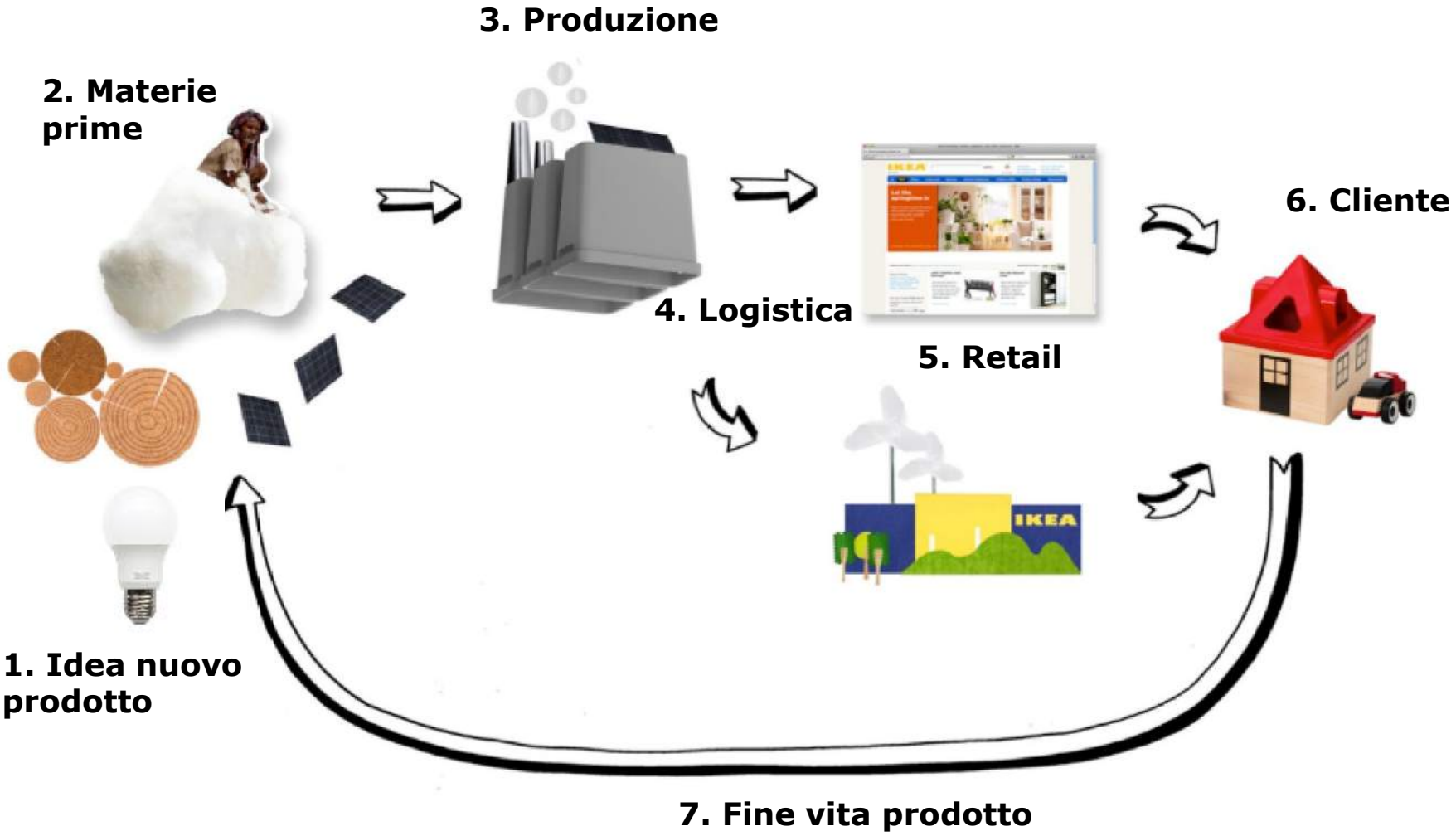
3 FUNZIONE

4 PREZZO BASSO

5 SOSTENIBILITÀ

© Inter IKEA systems B.V. 2016

DALL'IDEA DI UN NUOVO PRODOTTO AL FINE VITA



© Inter IKEA systems B.V. 2016

1. Idea Nuovo Prodotto

IKEA Product Sustainability Scorecard

Valutiamo 11 criteri:

1. Più con meno
2. Materie prime rinnovabili
3. Materie prime riciclate
4. Materiali da fonti più sostenibili
5. Riciclabilità a fine vita
6. Qualità
7. Efficienza nel trasporto
8. Consumo energetico durante la produzione
9. Impiego di fonti di energia rinnovabili durante la produzione
10. Utilizzo delle materie prime durante le produzione
11. Prodotti per una vita più sostenibile a casa

© Inter IKEA systems B.V. 2016

100% LED
dal 1 settembre 2015

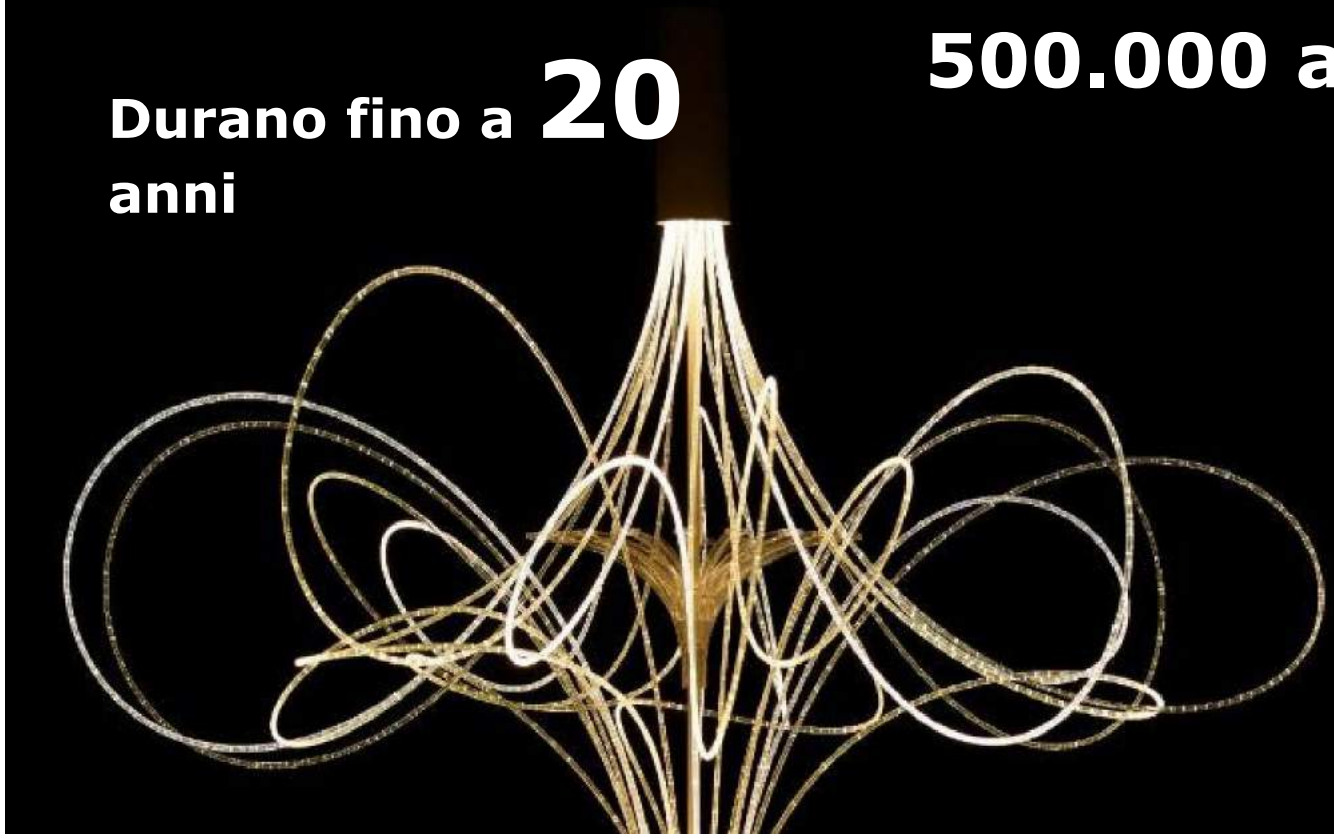
Fino all'85% di energia in meno
Rispetto alle lampadine ad incandescenza

Durano fino a 20 anni

64 milioni di lampadine LED vendute nel 2015

Risparmio pari al consumo di

500.000 abitazioni



IKEA

2. Materie prime

© Inter IKEA systems B.V. 2016

© Inter IKEA systems B.V. 2016

3. Produzione

UNA VITA MIGLIORE PER LAVORATORI NELLA NOSTRA VALUE CHAIN

© Inter IKEA systems B.V. 2016

4. Logistica

© Inter IKEA systems B.V. 2016

5. Retail

IKEA Systems B.V. 2016

133 milioni di €

risparmiati grazie ad azioni di risparmio energetico dal 2010
(inclusi Distribution e Industry Group)

IKEA

Prodotti ”sostenibili” una nuova opportunità di business

29%

Aumento delle vendite dei prodotti classificati ”per una vita più sostenibile a casa” rispetto al 2014

© Inter IKEA systems B.V. 2016

ACQUA

RIFIUTI

ENERGIA

VITA SANA

6. Cliente

Campagne di "customer engagement"

nel 2015 raccolti 20,9 milioni di euro a vantaggio di tre ONG internazionali

© Inter IKEA systems B.V. 2016

LA PERCEZIONE DEI CONSUMATORI

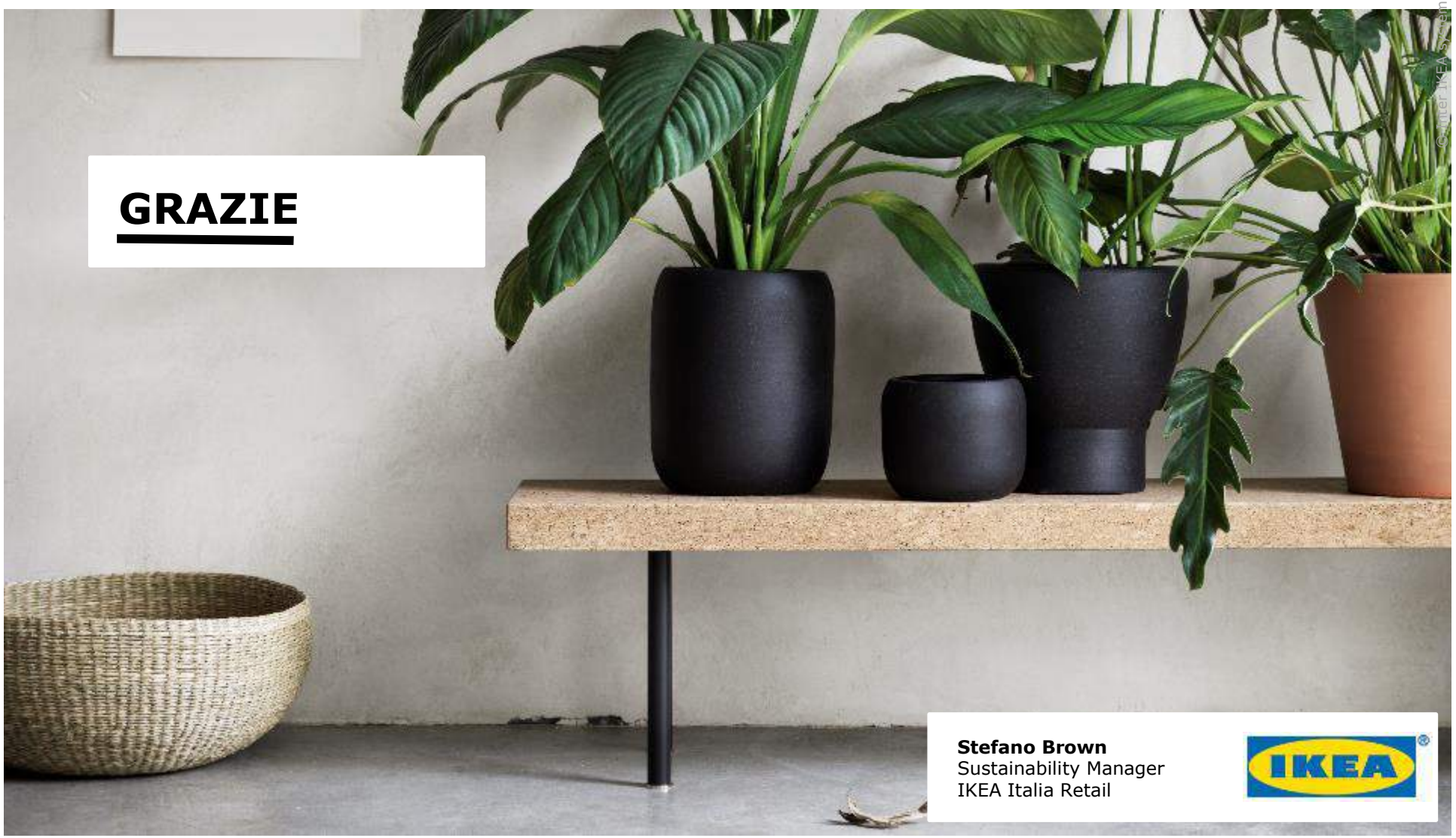
© Inter IKEA systems B.V. 2016

IKEA® democratic design

7. Fine vita del prodotto

Progetto "Circular IKEA": test per utilizzo di rifiuti di imballaggio come materia prima per nuovi prodotti

© Inter IKEA systems B.V. 2016



© Inter IKEA Systems B.V. 2016