

Mensaje de Petra Axdorff, directora general de IKEA España

“Hemos emprendido la lucha contra el cambio climático con determinación, dispuestos a generar un impacto positivo a todos los niveles”

Nuestro estado de información no financiera representa un balance cuyas medidas y datos son resultado, entre otros, del férreo compromiso adquirido por IKEA con los principios marcados por el Pacto Mundial de Naciones Unidas, con los que hemos alineado nuestra estrategia para avanzar en el bienestar social y climático.



En IKEA siempre hemos concebido la **sostenibilidad como parte inherente de lo que somos y hacemos**. En los últimos tiempos, en un contexto climático y social a veces preocupante, nuestra idea de la sostenibilidad y nuestros compromisos toman si cabe más relevancia y proyección. Tanto es así que me enorgullece haber asumido entre mis funciones también el rol de **Chief Sustainability Officer** y que este ámbito ocupe un lugar al más alto nivel en IKEA, tanto a nivel global como en nuestro mercado.

Nuestro estado de información no financiera representa un balance cuyas medidas y datos son resultado, entre otros, del **férreo compromiso adquirido por IKEA con los principios marcados por el Pacto Mundial de Naciones Unidas**, la mayor iniciativa mundial a favor de la Responsabilidad Social Corporativa.

Me enorgullece haber asumido
entre mis funciones también el rol

de **Chief Sustainability Officer** y que este ámbito ocupe un lugar al más alto nivel en IKEA

Unos objetivos que hemos alineado con nuestra propia estrategia y **nuestra**

concepción de la sostenibilidad y del respeto y cuidado no solo de las personas que forman nuestros equipos, sino también de los proveedores que trabajan mano a mano con nosotros, nuestros clientes y en general, todas aquellas comunidades en las que operamos.

Nuestra máxima siempre la hemos tenido clara: **generar un impacto positivo en las personas y el planeta** ofreciendo productos accesibles, asequibles y sostenibles dentro de los límites del bienestar común. Y es también una prioridad que conecta a la perfección con la que es nuestra esencia y responsabilidad adquirida desde el inicio de nuestra historia: **crear un mejor día a día para la mayoría de las personas.**

De toda esta concepción nace nuestro afán por asegurar unas **correctas y cada vez mejores condiciones** en materia de derechos humanos, trabajo y medioambiente así como la prevención de la corrupción; áreas que componen los principios del Pacto Mundial y que están íntimamente relacionadas con los **Objetivos de Desarrollo Sostenible**, que de igual modo, están en nuestro foco.

Dentro de este marco de trabajo y tal y como se expone en la memoria, seguimos avanzando en el impulso de **actividades para el desarrollo local**, como nuestras colaboraciones para impulsar el empleo juvenil, a través de programas de FP Dual o convenios con escuelas y universidades, y entre colectivos en riesgo de exclusión; en el **refuerzo de nuestro Código de Conducta** para asegurar un entorno de trabajo justo, abierto y respetuoso allá donde estamos; y en la garantía de una **igualdad real y efectiva** entre nuestros equipos, facilitando la conciliación, la inclusión y el desarrollo personal y profesional para nuestros colaboradores y colaboradoras.

Un claro exponente de esto es nuestro **II Plan de Igualdad** dentro del cual hemos impulsado medidas que nos han posicionado como pioneros dentro del sector, como la ampliación de la baja por paternidad o la elaboración y puesta en marcha de un **protocolo específico para mujeres víctimas de violencia de género**. También hemos revisado nuestras políticas retributivas para eliminar cualquier tipo de sesgo y en la actualidad, **el 59% de nuestros equipos es mujer y el 51% de ellas ocupa puestos de liderazgo.**

De acuerdo con nuestros valores, establecemos las bases que nos permiten ser **garantes de la ética**, previniendo cualquier actividad moralmente cuestionable mediante **normas de conducta precisas, conocidas y asumidas por todos**, y la gestión de una herramienta específica para la denuncia interna de cualquier conducta indebida. Y por supuesto, **ejercemos plena transparencia** en el registro y comunicación de nuestros beneficios y contribuciones fiscales.

En materia medioambiental, hemos emprendido la **lucha contra el cambio climático** con determinación, dispuestos a generar un impacto positivo a todos los niveles. Así, hemos seguido trabajando en la **reducción de nuestra huella de**

carbono y hemos adquirido un **compromiso de reducción en nuestras operaciones del 80% para 2030.**

Registramos una **reducción del 30% en el consumo de energía** desde 2010 y seguiremos invirtiendo en

ampliar nuestras instalaciones de paneles solares, con una **inversión de 3,5 millones de euros**

También hemos innovado en áreas como la logística o los sistemas de consumo de nuestras tiendas para que nuestro impacto medioambiental sea cada vez más positivo. De hecho, registramos ya una **reducción cercana al 30% en el consumo de energía desde 2010** y seguiremos invirtiendo en ampliar nuestras instalaciones de paneles solares en las tiendas.



Hasta la fecha, hemos maximizado dos de ellas y tenemos la previsión de llegar a **ampliar hasta siete, alcanzando una inversión de 3,5 millones de euros** en este año 2020; en el que, por otro lado, facilitaremos también a nuestros clientes producir su propia energía renovable en casa, a través de la venta de paneles solares a particulares con la llegada de nuestra gama **Home Solar**.

En cuanto al transporte, somos conscientes de que el terrestre es una de las mayores fuentes de emisiones para la atmósfera y de sus efectos nocivos para la salud de la población, y por ello,

la **apuesta por el vehículo eléctrico** es una de nuestras grandes líneas de trabajo: en España hemos instalado ya **más de 50 puntos de recarga fiable y gratuita** para nuestros clientes y colaboradores y trabajamos para que el **100% de nuestras entregas de última milla** se haga en este tipo de vehículo o de cero emisiones en 2025. Nuestra flota también da buena cuenta de ello: **el 28% de nuestros vehículos de empresa es eléctrico y el 42% híbridos**.

Y por supuesto, continuamos siendo especialmente cuidadosos con los recursos naturales. Explotamos los recursos que requerimos para nuestro negocio de forma responsable, obteniendo nuestras **materias primas de fuentes más sostenibles con la naturaleza y las personas**; y hemos impulsado **proyectos de economía circular** en prácticamente todas nuestras unidades en España, poniendo a disposición del consumidor herramientas para la reutilización, la reparación y el reciclaje de nuestros productos, como vía para darles una segunda vida.

También desde esta misma perspectiva circular estamos trabajando en la **recuperación de desechos vertidos de forma irresponsable**, como el plástico en los océanos, para reciclarlos y reconvertirlos en productos que se vuelvan a introducir en el círculo de utilidad y consumo. Tras esta visión ha llegado precisamente nuestra colección MUSSELBLOMMA, compuesta de **plástico reciclado**, incluyendo el recogido por pescadores españoles en las costas mediterráneas españolas. El plástico es uno de los grandes problemas del momento y desde IKEA estamos luchando contra él. Desde enero de 2020 hemos **eliminado todos los plásticos de un solo uso** de la venta de nuestras tiendas y de nuestros restaurantes y cafeterías para su uso, y hemos adquirido el compromiso de que para 2030 todos nuestros

productos de plástico estén compuestos por **plásticos o alternativas reciclados y más responsables**. Estamos en el camino.

Y todo ello sin perder de vista nuestro empuje en el negocio. IKEA llegó a España hace 24 años y desde entonces se ha mantenido en la **senda de crecimiento**, gracias a la **confianza de nuestros clientes** y a la dedicación, esfuerzo e ilusión con los que **nuestros 9.200 colaboradores y colaboradoras** afrontan el día a día en IKEA. Todos ellos y ellas son los responsables de que cerráramos el último año fiscal con una **facturación de 1.596 millones de euros**, un 6,6% más que el año anterior y habiendo triplicado crecimiento. Porque contra lo que algunos puedan pensar, la **dedicación de recursos para la acción real por las personas y el planeta**, a la sostenibilidad, no tiene por qué estar reñida con el crecimiento y avance del negocio.

Porque la **dedicación de recursos para la acción real por las personas y el planeta**, a la sostenibilidad, no tiene por qué estar reñida con el crecimiento y avance del negocio.

En una etapa, además, de **importantes inversiones para reinventar la manera en que llegamos a nuestros clientes** y responder no solo a sus necesidades sino también a los que son los grandes retos del sector: cercanía, procesos más fluidos e inmediatez. Esto se ha materializado en la renovación de nuestro canal online, la potenciación y mejora de nuestros servicios de logística, transporte, instalación y montaje, y la apuesta por **multi-formatos de tienda, más accesibles y de menor tamaño**.

En este tiempo hemos abierto **hasta 50 nuevas localizaciones** que nos han permitido llegar a provincias en las que hasta entonces no teníamos presencia, principalmente gracias a nuestros nuevos formatos **Pick Up Points** -puntos más cercanos de recogida de pedidos- e **IKEA Diseña** -centros de diseño y planificación abiertos en el interior de centros comerciales-.

Somos conscientes de que aún queda mucho por hacer y solo estando en el camino y compartiendo entre nosotros y con otros agentes la inquietud, las ganas y los recursos, podremos ser **agentes de cambio** en un mundo que sin duda alguna, necesita una **actuación urgente. Por las generaciones presentes y las futuras**.