

IKEA France atteint 1 milliard d'euros de chiffre d'affaires pour le e-commerce et investit dans l'économie circulaire et sa digitalisation

Grâce à son modèle omnicanal et l'engagement de tous ses collaborateurs, IKEA France réalise sur l'année fiscale FY21 un chiffre d'affaires de 2,889 milliards d'euros, en progression de 4% malgré 4,5 mois de fermeture des magasins. Le e-commerce double en un an et représente 1,006 milliards d'euros de chiffre d'affaires. IKEA France assure une croissance durable de son activité, en développant une offre circulaire, avec notamment le test d'un nouveau magasin dédié à la seconde vie des meubles, et en développant des livraisons clients zéro émission. L'enseigne accélère son expérience omnicanale grâce à de nouveaux outils, pour effacer progressivement la frontière entre points de contacts physiques et digitaux.

Un modèle omnicanal qui arrive à maturité

IKEA France enregistre un chiffre d'affaires de 2,889 milliards d'euros sur l'année fiscale FY21 (+4%) malgré 4,5 mois de fermeture de ses magasins (6 mois pour les bistros et restaurants). L'enseigne bénéficie d'une grande agilité grâce à sa transformation omnicanale développée depuis 3 ans, l'engagement de ses collaborateurs et son expertise de solutions pour améliorer la vie à la maison. Avec ses collaborateurs, IKEA France a redéfini le rôle des magasins pendant les fermetures, en mettant en place un service Cliquez et Emportez adapté, en préparant des livraisons à domicile ou encore en réalisant des rendez-vous de planification de cuisine ou chambre à distance.

Le chiffre d'affaires du e-commerce a doublé en un an, et décuplé en 4 ans : il s'élève à 1,006 milliards d'euros (vente en ligne et services, dont les services de planification à distance) et représente 35% du chiffre d'affaires (vs 15,4% l'année dernière). Sa croissance a été portée par des prix de livraison baissés (à partir de 39€ pour une livraison à domicile inférieure à 400€, contre 59€), le Cliquez et Emportez, les services de planification à distance et grâce à un site internet mettant en valeur l'inspiration, son expertise de l'ameublement et ses solutions complètes à bas prix.

Les résultats sont portés par la pertinence de l'offre de design démocratique. Les assortiments qui soutiennent la croissance enregistrent les ventes les plus élevées jamais enregistrées : la cuisine avec 240 000 unités vendues (+13% vs FY20), la chambre et notamment les matelas avec 950 000 matelas vendus (+18,4% vs FY20) et le salon, avec 370 000 sofas vendus (+23% vs FY20) soit 1000 canapés par jour.

La maison, un espace essentiel pour l'équilibre et le bien-être

Dans son dernier rapport sur la vie à la maison (Life at home report 2021), IKEA montre que sur les 12 derniers mois, les Français ont apporté des changements à leur intérieur : 47% des français ont changé l'organisation de leur maison pour faire l'activité dont ils ont besoin. Au global, 14% des personnes interrogées indiquent que leur maison ne répond pas assez à leurs besoins pour se sentir bien.

Les foyers sont devenus des espaces multifonctions, où chacun prend conscience des différentes utilisations : 84% des personnes interrogées disent désormais qu'il est important d'avoir le contrôle sur leur lieu de vie. Les activités estimées les plus importantes par les Français pour maintenir un équilibre mental à la maison sont le sommeil (52%), la détente (49%) ainsi que les repas (30%).



2,889
milliards
d'euros de chiffre
d'affaires (+4%)

1,006
milliard
d'euros de chiffre d'affaires
réalisé par le e-commerce
(ventes en ligne, services,
planification à distance)
(x2 en un an)

37,5 millions
de visites en magasins
sur 7,5 mois d'ouverture



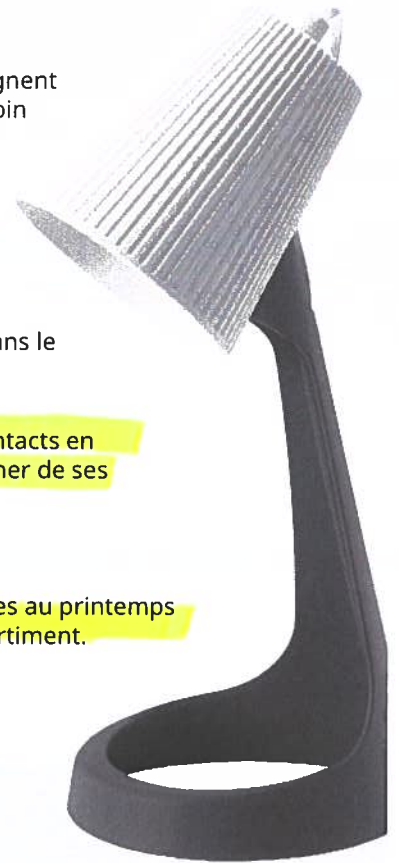
Avec 37,5 millions de visite sur 7,5 mois d'ouverture, les magasins montrent leur force et soulignent la grande complémentarité entre points de contact physiques et digitaux. Les clients ont besoin des magasins IKEA pour bénéficier de l'expertise des collaborateurs et garder une connexion émotionnelle avec l'assortiment.

L'enseigne a ouvert 3 nouveaux formats de magasin en centre-ville en FY21 :

- IKEA Décoration Paris Rivoli offrant principalement des accessoires et objets de décoration,
- un Atelier de Conception éphémère à Paris Daumesnil avant d'ouvrir définitivement dans le quartier au printemps 2022,
- deux « Mon Point de Conseils IKEA » à Toulouse et Perpignan, avec une offre de conseil et de planification sur des surfaces d'environ 100m². Ces petits points de contacts en centre-ville permettent à IKEA de s'installer dans des zones blanches ou de se rapprocher de ses clients de centre-ville où l'enseigne dispose de magasins dans la périphérie.

IKEA France investit pour être toujours plus accessible avec de nouveaux points de rencontre :

- Le magasin de Nice Saint-Isidore d'une surface de vente de 24 000m², ouvrira ses portes au printemps 2022. Proche du centre-ville et installé au cœur d'un éco-quartier, il propose tout l'assortiment.
- « Mon Point de Conseils IKEA » sera étendu à d'autres villes en France.



Walter Kadnar, Président et Chief Sustainable Officer de IKEA France, déclare :



« Les équipes ont fait un travail fantastique pendant cette année pleine de défis. Avec elles et grâce à notre transformation omnicanale commencée il y a 3 ans, nous avons enregistré 1 milliard d'euros de chiffre d'affaires pour le e-commerce. Nous sommes restés aux côtés de nos clients pour les inspirer avec nos solutions pratiques, abordables et durables pour se sentir bien chez eux. Nous croyons dans le marché français, qui reste pour IKEA un pays d'expérimentation et d'innovation pour se rapprocher toujours plus de nos clients et s'engager dans une croissance durable et inclusive ».

Plus de
3 millions
de livraisons à domicile
(par transporteurs et colis)
(+56%)

107 000
rendez-vous de
planification à distance
(vs environ 3000 l'an
passé)

12 182
collaborateurs
(Meubles IKEA France,
Distribution Services
IKEA France, IKEA
Centres)

Plus de
8,6 millions
de membres IKEA Family
(850 000 membres IKEA
Family recrutés sur FY21)

11 millions
d'euros
investis en FY22 pour
l'inspiration dans les
magasins existants

Développer l'activité sur le long terme tout en limitant l'impact sur l'environnement

IKEA France transforme son activité pour développer une offre 100% circulaire d'ici 2030 et s'engage à limiter fortement l'impact de ses activités sur le climat.

IKEA France testera un magasin dédié à la seconde vie des meubles à Paris. Ce nouveau point de contact viendra compléter les solutions en ligne et en magasins disponibles pour encourager l'allongement de la durée de vie des meubles : les espaces dédiés à l'économie circulaire en magasins, le service Seconde vie des meubles, et depuis cette année, la réservation en ligne des meubles d'occasion disponibles en magasin.

Avec ce nouveau point de contact, l'enseigne se rapprochera des Parisiens avec une offre complémentaire, tout en répondant à la demande pour cette tendance croissante.

IKEA considère l'économie circulaire comme une solution d'avenir pour développer son activité sur le long terme, limiter la consommation des ressources et montrer que les modes de vie durables sont abordables.

IKEA France réduit l'impact environnemental de ses livraisons et a pour objectif de livrer tous ses clients avec des solutions zéro émission en France d'ici 2025, en commençant par Paris intra-muros. L'enseigne déploie avec des partenaires constructeurs une flotte spécifique de véhicules électriques conçus pour répondre à ses besoins en termes de capacité de livraison et d'autonomie. En complément de ces véhicules, IKEA France développera la logistique fluviale au départ du dépôt de Gennevilliers (93) en 2022, puis de Limay (78) qui sera opérationnel en 2026. Cette approche permet de se libérer des contraintes liées à la circulation et de réduire le nombre de camions sur les routes à l'approche de Paris.

IKEA France investit également 17,5 millions d'euros sur 4 ans pour équiper toutes ses unités avec des chargeurs de véhicules électriques. 2200 bornes seront déployées, dont 1700 pour les clients, 300 pour les collaborateurs et 200 pour les livraisons au départ des magasins.



1,6 million d'euros

d'investissement pour transformer les zones « Bonne Trouvaille » en espaces dédiés à la seconde vie des meubles

Formation de

180 réfugiés

d'ici 2023 pour renforcer leur intégration dans le monde du travail. Déjà 89 participants dont plus de 80% ont été recrutés à l'issue des 6 semaines d'immersion.

148%

des besoins en énergie de IKEA France couverts par sa production en énergies renouvelables (22 unités équipées de panneaux solaires, 6 champs éoliens)

Entreprenariat social

7 nouveaux points de retrait d'ici la fin d'année 2021

Le digital pour effacer la frontière entre points de contacts physiques et digitaux

L'enseigne croit dans le smartphone comme facilitateur de l'expérience omnicanale pour simplifier le parcours clients. Il permet de renforcer l'expertise des collaborateurs et de leur libérer du temps pour se concentrer sur les tâches à forte valeur ajoutée (conseil, préparation de commande...).

Le digital, avec des solutions simples de réalité virtuelle ou augmentée, va permettre à IKEA d'optimiser la surface des magasins de centre-ville et d'apporter de l'inspiration. Les clients pourront interagir avec les produits et les ambiances via leur smartphone ou des tablettes et des projections d'ambiance en réalité virtuelle, grâce à une expérience immersive.

IKEA France accélère aussi l'accessibilité de ses services en ligne. Face à l'augmentation de la demande des clients en matière de Cliquez et Emportez, IKEA France est pilote mondial pour proposer une nouvelle solution pour ce service. Un espace automatisé sera installé à IKEA Plaisir. Disponible à partir décembre 2021, il permettra au magasin de stocker plus de commandes en simultanément, tout en offrant aux clients un plus grand choix de créneaux au quotidien.



278 millions

de visites sites et l'application
IKEA (dont 29,5 millions de
visites sur l'application)

100%

des magasins équipés de la
fonctionnalité de scan des
achats dans l'application IKEA

100%

des collaborateurs
Meubles IKEA France
équipés de smartphone



À propos de IKEA France En France

IKEA est le leader de l'ameublement et de l'aménagement de la maison avec 15,9% de parts de marché. IKEA France emploie 12 182 collaborateurs (Meubles IKEA France, Distribution Service IKEA France et IKEA Centres France), compte 35 magasins, un atelier de conception, deux points de conseils, 4 dépôts, un centre de support clients, un site de e-commerce IKEA.fr et une application. Pour l'année fiscale 2021*, IKEA Retail France enregistre un chiffre d'affaires de 2,889 milliards d'euros, les magasins IKEA ont reçu 37,5 millions de visites sur 7,5 mois d'ouverture et les ventes en ligne représentent 35% de chiffre d'affaires. IKEA France participe aux objectifs de la stratégie de développement durable du groupe Ingka (principal franchisé de IKEA) People and Planet Positive, qui vise à réduire fortement l'impact des activités 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.

*Du 1er septembre 2020 au 31 août 2021