

ANNEXE 2 - Extraits de presse

LES FAITS MARQUANTS IKEA DE FIN 2008 A JUIN 2012

Ikea CEO Anders Dahlvig on Surviving a Bad Economy

Interview réalisée par Jeremy Caplan, (source: time.com, Tuesday, Nov. 18, 2008)

<http://www.time.com/time/business/article/0,8599,1859917,00.html>

Anders Dahlvig recently hit the 10-year mark as CEO of Ikea. Under his leadership, the Swedish furniture giant has nearly tripled its number of stores and employees, and committed to a broad new slate of policies on the environment. The company maintains a mixed reputation on quality, though, in the midst of an increasingly tough economic climate. In a series of recent conversations, Dahlvig spoke with TIME's Jeremy Caplan about why the tough business climate works in Ikea's favor, where the company plans to expand, and what Ikea is doing to be greener.

TIME: How is Ikea faring amid the current economic turmoil ?

DAHLVIG: This is a really good time for us. The way we've set up our business, we're planning for a climate like this all the time. We have a very conservative policy when it comes to borrowing money. We basically only use our retained earnings and don't borrow very much. We also have a very conservative policy when it comes to how we place our cash and our liquidity. We don't place anything in equities, so we haven't lost a dime so far. And the way we position our brand is as good value for the money. People know when they have less money what Ikea stands for. We're seeing new customers in our stores and it's a good time for us to take market share. In the U.S., we were 16th among furniture-only retailers a few years ago, and now we're number two.

Aren't people spending less in your stores? The average check is going down a little bit, and the number of visitors is reduced. People are coming less often to the stores. During these times we have to be more creative when it comes to promotions and price reductions. For example, we're running promotions where we reduce prices on top-selling products to attract people to the stores. We're also using our restaurant to attract visitors with things like free breakfast. It's strange that people will go all the way to Ikea for \$5 or however much a free breakfast is, but the reality is that people actually do that.

Some critics of Ikea say that your furniture is easy to break, hard to assemble, and heavy to transport. What's your response to that? The quality is improving. Assembly may be difficult for some people, but we're trying to make it as easy as possible. Our philosophy is that people have more time than money. If you have to trade off between paying more or having someone else do the assembly, many people would make that trade off.

And what about the idea that Ikea contributes to a culture of over-consumption? Any

retailer wants people to buy more. But we're not trying to build products people should throw away in a few years to buy another one. We use raw material very efficiently. We're far more advanced than other furniture retailers at using less material in our products. I would foresee that in the not-too-far future solid wood products won't exist in our product categories. Resources are limited, so we use techniques where the wood is in the frame, but basically empty inside. That makes it less heavy to transport, and dramatically reduces the amount of material we use.

Has the U.S. market been weaker than the European markets lately? The sales decline here [in the U.S.] has been stronger than in most European countries, but the downward trend in Europe is worsening. What we are seeing here is coming to Europe as well. It will last at least 12 months. It will get worse before it gets better. A lot of jobs are going to be lost in the next few months. People are scared and that will keep them from shopping. We haven't reached the worst yet.

What are your goals for Ikea over the next five to ten years? We will probably increase our presence in developing countries. For these past 10 years our focus has been on existing markets. We've entered only two new markets in 10 years time: Portugal and Japan. That's very little compared to our earlier history. That will change quite a lot over the next 10 years. We'll see seven or eight new markets being opened up in that time frame, 90% in developing countries. I hope India will be on the map, and on this continent maybe Mexico. We also have a goal to have 100% renewable energy sourcing for our stores.

You mentioned entering seven or eight new markets: what are the others? In addition to India and Mexico, the possibilities include countries like Ukraine, Slovakia, Croatia and Serbia. These are not huge markets but they're new markets for us. We're also discussing some of the former Soviet Republics, like Kazakhstan. Also South Korea, which is not a developing country, but it's a huge market. ([Read "5 Best Places to Travel in a Recession".](#))

How else is Ikea's strategy changing? We decided to reduce the pace of our expansion from 25 stores a year down to 15. We realized that expansion had gone a little too fast, and we needed to slow down for a while, for two or three years. And we are experimenting with bigger formats. We are now putting up our stores next to shopping centers, which we want to build ourselves.

What was your reaction to the recent U.S. presidential election? I was happy to see such a strong turnout, and Obama ran a fantastic campaign in terms of getting people out to vote. As a company, it's always been our policy not to take a stand in politics. But I have a fear that protectionism will increase, especially now, in bad times. And not just in the United States. I see the signs of that. Pressure is increasing from the public on government officials to increase trade barriers. It takes strong leaders to resist the temptation, because [strengthening trade barriers] will be to the detriment of the economy over time. ([Read world leaders' view of Obama's win.](#))

How do you think being a political leader differs from leading a company like yours, with more than 100,000 employees? Business leaders are not scrutinized by the public and the media in the same way that the president and other politicians are. That's a huge difference. It's easier for us to execute things. When you're leading a company you have a

mandate to change and to do things that feels a lot stronger than I can see for politicians. The way the political systems are set up — with a senate and congress, for instance, it's tremendously difficult to get from idea to execution

2009

La distribution du meuble sous pression

LSA 22 janvier 2009 par FLORENCE BRAY

CONJONCTURE - Entre la morosité économique, la baisse de fréquentation et leurs propres impératifs stratégiques, les enseignes du meuble s'apprêtent à vivre une année de tension sur le plan commercial.

C'est ce qu'on appelle, sans mauvais jeu de mots, sauver les meubles ! « Comparé à d'autres secteurs comme l'automobile et à nos voisins européens, le marché s'en sort plutôt bien, avec une chute de ses ventes de seulement 0,3 % en 2008. Après la croissance exceptionnelle de 2007 et compte tenu de la crise, il était normal de s'attendre à une diminution », a tenu à relativiser Didier Baumgarten, président de la Fédération nationale des enseignes d'ameublement (Fnaem), lors de la présentation des résultats annuels du secteur. S'il paraissait difficile de réitérer l'exploit de 2007, il n'empêche, l'année a été décevante pour la profession. Inquiétante, même, sur les derniers mois.

« La consommation a freiné depuis l'été, avec de fortes chutes d'activités en fin d'année. L'effet ouvertures et agrandissements des surfaces a permis d'amortir la chute. Mais à périmètre constant, le secteur est en baisse de 2,6 %, constate Christophe Gazel, directeur de l'IPEA. Tout le monde a été touché par la morosité économique. » Enfin, certains plus que d'autres ! Entre le changement d'actionnaires chez But, la série de difficultés chez Conforama (fauteuils contaminés au diméthyl fumarate, dégradation de la rentabilité, restructurations à l'international) et la liquidation de Camif Particuliers, l'année 2008 a été, pour les plus fragiles, celle de la rupture... mais aussi celle d'un changement historique dans le haut du classement du marché, avec l'avènement d'Ikea à la première place du podium. « C'est une vraie satisfaction pour nos équipes, et la reconnaissance par nos clients de la pertinence de notre concept », se réjouit Jean-Louis Baillot, directeur général d'Ikea France. Le géant mondial, porté par l'ouverture de quatre nouveaux magasins, devance désormais largement Conforama, qui accumule les mauvaises nouvelles. Le 14 janvier, veille de la publication de ce nouveau « podium du meuble », la filiale de PPR annonçait un plan de réduction des coûts de 50 millions d'euros. « Loin d'être une simple substitution d'une enseigne par une autre, cette nouvelle hiérarchie est surtout le signe d'une future domination d'un modèle, le jeune habitat, sur celui très franco-français de l'équipement du foyer », analyse Christophe Gazel.

Revoir son positionnement

Certes, le circuit de l'équipement du foyer ne bénéficie pas ou peu, à l'inverse du jeune habitat, du ressort lié à la création de nouvelles surfaces commerciales, mais il souffre surtout d'un problème de positionnement. Son concept attire moins. « Ce que veulent les Français, au-delà de leurs besoins en équipement, ce sont des magasins de destination, des lieux de visite », fait remarquer Jean-Louis Baillot. En guise de riposte, Conforama et But évoquent un retour à leur origine, le discount. Sans garantie que l'effet soit suffisant sur les clients, ni que leurs structures actuelles le permettent. Le réseau d'indépendants de But suivra-t-il le mouvement ? Les actionnaires respectifs des deux acteurs seront-ils suffisamment patients ? « L'année 2009 s'annonce plus que jamais à risques pour Conforama et But. À terme, il ne devrait plus y avoir qu'une seule enseigne d'équipement

du foyer », prédit un consultant.

Il faut dire que la concurrence est de plus en plus importante et féroce. Entre les outsiders du discount comme Sésame, Le Faillitaire, Jysk ou Maga Meubles, les sites marchands, les hypermarchés, les hypers spécialistes, les grandes surfaces de bricolage, l'ameublement milieu de gamme et l'arrivée probable de nouveaux acteurs comme l'autrichien Lutz, « 2009 s'annonce comme une année de forte agressivité commerciale », reconnaît Michel Rapp, président du groupe éponyme (Atlas, Crozatier, Fly). « Le contexte économique risque bel et bien de réveiller l'arme prix », redoute Christophe Gazel.

Avant tout, limiter la casse

Mais à ce jeu, seuls ceux qui sont « taillés » pour faire du discount survivront. Quant aux autres, et notamment le milieu de gamme, cette spirale du prix les menace. « C'est un outil à manipuler avec prudence », lance Christian Carouge, président de l'Union commerciale pour l'équipement mobilier (Ucem), qui compte sur d'autres ressorts pour traverser la crise (nouveau concept Mobiclub, nouvelle identité visuelle pour Monsieur Meuble, formation des vendeurs). « Ce serait une erreur de croire que seul le prix fait venir le client en magasins. Cela reste un élément nécessaire, mais pas suffisant. Ce qui fait la différence, c'est l'assortiment et le concept », estime de toute façon Jean-Louis Baillot. Se refusant de tomber dans une logique promotionnelle, destructrice de marges, le nouveau numéro un du marché se sent plus que jamais investi d'une mission. « Nous voulons rester un agitateur. Nous allons continuer à développer l'attachement à la marque et à nous atteler, à l'image de notre nouvelle collection " écocitoyenne " PS, à donner toujours plus de sens à nos collections. » Pour le leader, qui table au mieux sur une stabilité de son activité, comme pour l'ensemble de la profession, il va falloir tenter de limiter la casse en 2009 !

Ikea, Carrefour et Wal-Mart épinglés pour leurs relations avec un fournisseur turc

LSA 30 mars 2009 par Laure Cailloce

Une ONG norvégienne accuse Ikea, Carrefour et Wal-Mart d'utiliser les services d'un fournisseur turc, Menderes Tekstil, où les conditions de travail sont, selon elle, "inacceptables". Selon l'ONG Framtiden I Vaare Hender (FIVH, "L'avenir dans nos mains"), spécialisée dans les questions d'éthique et de climat, Menderes Tekstil, spécialiste du linge de maison, licencie ou menace de licencier ses employés qui chercheraient à se syndiquer. "Il est aussi fait état de conditions de travail dangereuses pour la santé", a indiqué l'ONG dans un communiqué, qui précise qu'"en novembre 2008, un travailleur est mort". Ikea a récusé les affirmations de l'ONG, soulignant qu'aucun contrôle n'avait permis de vérifier ces accusations.

Ikea redouble d'énergie

LSA 02 avril 2009

Partenaire de la Semaine du développement durable pour la 5e année, Ikea France multiplie les actions de sensibilisation autour des écogestes. Le coup d'envoi a été lancé le 28 mars avec la première action conjointe au WWF en France, dont Ikea est partenaire, qui consiste à éteindre l'éclairage de toutes les enseignes lumineuses et de certaines zones des magasins pendant une heure. Un chat a ouvert le 1er avril sur ikea.fr pour informer sur les modes de vie durables. Toute la semaine, l'enseigne offre une ampoule à économie d'énergie à tous ceux qui rapportent en magasin une ampoule à incandescence usagée. Le 4 avril, une opération de collecte et d'information sera aussi organisée avec Recylum dans les 26 points de vente français.

Ikea accusé de détruire des espèces protégées

LSA 22 mai 2009 par Camille Harel

Selon une information publiée dans le Monde du samedi 23 mai, la multinationale Ikéa est accusée par une association locale (Nature et citoyenneté Crau Camargue) de détruire des espèces protégées sur son futur site de Fos-sur-Mer. L'association aurait recensée une trentaine d'espèces protégées et affirme que la nappe phréatique de la Crau a été percée lors des travaux, provoquant des inondations aux alentours. Selon l'enseigne, des précautions ont été prises.

Des meubles Ikea d'occasion

LSA 22 mai 2009

Ceux qui aiment Ikea et qui apprécient aussi de faire des économies ont désormais leur site : www.iloveikea.se. Lancée par la start-up suédoise « I Love Ikea », cette place de marché virtuelle propose exclusivement des meubles d'occasion de cette enseigne ! Les vendeurs peuvent y déposer leurs annonces, classées par région, type d'équipement et prix. Le site, pour le moment réservé à la Suède, devrait être bientôt décliné dans d'autres pays européens. Pas sûr, cependant, qu'Ikea en soit tout à fait ravi...

Ikea renonce à s'implanter en Inde

Le 11 juin 2009 par Camille Harel

Le numéro un mondial des meubles, le suédois Ikea, a abandonné son projet d'ouvrir ses premiers magasins en Inde, invoquant l'impossibilité d'être propriétaire à 100% de ses points de ventes. En effet, le droit indien limite à 51% la propriété étrangère des magasins de marque. Ikea affirme que l'Inde reste « un marché potentiel de long terme » et qu'il continuera à militer pour un changement de la réglementation actuelle.

Ikea s'expose en musée à Stockholm

LSA 19 juin 2009 par SYLVIE LEBOULENGER

Le fauteuil vert de 1959, le canapé rouge des années 70, la couette bleue de 1984, la lampe design de 1995: un musée de Stockholm consacre à Ikea la première exposition sur le fabricant de meubles bon marché qui a bouleversé les intérieurs à travers le monde. Depuis la première table démontable du milieu des années 50 aux dernières créations ludiques, en passant par des salons typiques des années 60 ou le design plus épuré et "in" des années 90, le musée Liljevachs retrace dans une dizaine de salles plus d'un demi-siècle d'histoire du géant suédois.

Ingvar Kamrad pousse Ikea à s'implanter en Iran

LSA 22 juin 2009 par Angélique d'ERCEVILLE

Le leader mondial du meuble a annoncé ce week-end par la voix de son fondateur Ingvar Kamrad, sa volonté de se développer en Iran. Selon lui, l'ouverture de magasins Ikea « ouvrirait des portes qu'aucun politicien n'est en mesure d'ouvrir ». Pour le moment cette idée du fondateur n'est pas partagée par son conseil d'administration.

Carrefour se lance enfin en Russie LSA N° 2097 | 25/06/2009 | IKEA

En écho, le géant du meuble Ikea, qui a déjà investi trois milliards de dollars en Russie et ouvert 11 centres commerciaux MEGA, a menacé le mois dernier de stopper son expansion en raison de soucis avec des « autorités locales au comportement imprévisible ». Une chute

des ventes historique[...]

5 000

LSA 02 juillet 2009

5000 emplois supprimés par Ikea dans le monde en raison de la crise, d'après un entretien avec le directeur général de l'enseigne, publié le 23 juin dans un quotidien suédois. Ikea France ne fait pas de commentaires.

Ikea au ralenti

LSA 24 septembre 2009 par F. Br.

On le croyait invulnérable, mais le géant suédois de l'ameublement n'a pas échappé à la crise. Lors de l'exercice 2008/2009 (clos au 31 août), Ikea a enregistré un chiffre d'affaires de 21,5 milliards d'euros, en croissance de 1,4 %, contre 7 % l'année précédente et 14 % il y a deux ans. « *L'année a été difficile et nous avons dû nous adapter* », a déclaré Mikael Ohlsson, le nouveau PDG du groupe. En juin, son prédécesseur avait annoncé 5 000 suppressions d'emplois dans le monde pour faire face à la baisse de la demande dans certains pays. Une réduction inédite ! Malgré ce contexte, le groupe a ouvert 15 magasins, en a déplacé trois pour les agrandir, a construit un dépôt central et investi dans plusieurs projets de centres commerciaux. « *Nous allons continuer à ouvrir des magasins, conformément à notre stratégie long terme* », précise le groupe. En France, l'exercice, qui sera aussi marqué par des performances moins soutenues, a été celui de l'accession d'Ikea à la première place du marché du meuble avec 15,7 % des ventes (+1,1 point, source IPEA 2008) devant Conforama (13,6 %). Les résultats de la filiale française devaient être dévoilés par Jean-Louis Baillot, son directeur général, le 24 septembre.

Billy fête ses trente ans LSA N° 2104 | 24/09/2009 | IKEA

Conçue en 1979 par le designer Gillis Lundgren, la célèbre bibliothèque d'Ikea célèbre cette année ses trente ans. Pour l'occasion, deux modèles en série limitée seront disponibles à partir du 3 octobre au prix de 45 E. [...]La première s'inspire des mangas japonais, la seconde se pare de graffiti[...]

La vente d'Habitat sérieusement à l'étude

LSA 22 octobre 2009 par FLORENCE BRAY

Entre Habitat et la famille Kamprad, la rupture est imminente. Quinze ans après son rachat, le fondateur d'Ikea envisage sérieusement de se séparer de l'enseigne d'ameublement milieu de gamme, confirme Mark Saunders, PDG : « *ICAF Antillen, propriétaire d'Habitat, a débuté une réflexion stratégique sur le devenir de la société qui aboutira ou pas à une cession.* » L'annonce n'a pas surpris en interne. « *La rumeur courait depuis quelques mois et s'était faite insistante ces dernières semaines* », regrette un syndicaliste.

Fondée en 1964 par l'Anglais Terence Conran, l'entreprise est en proie depuis plusieurs années à des difficultés. Avec la crise, la situation ne s'est pas franchement améliorée. Au Royaume-Uni, les pertes s'établiraient à 14,7 millions d'euros. Quant à la France, si la situation est moins catastrophique, les performances se seraient aussi dégradées. « *La famille Kamprad n'a jamais vraiment réussi à faire jouer les synergies entre Ikea et Habitat. Elle a beaucoup investi dans la marque, mais le retour sur investissement n'est pas au rendez-vous* », explique un consultant. Touché par la crise, le géant suédois, qui a récemment annoncé, pour la première fois dans sa success story, la suppression de 5 000 emplois dans le monde,

ne peut plus se payer le luxe d'attendre.

« Un trésor endormi »

Au-delà de la conjoncture de l'ameublement (- 5,3 % en cumul à fin août 2009), Habitat souffre de problèmes structurels. « *Le rapport qualité-prix-originalité est insuffisant* », lance Christophe Gazel, directeur de l'Ipea. « *L'enseigne rame depuis que Conran l'a quitté. Elle est coincée entre Fly et Ikea d'une part, les marques de déco premium de l'autre* », poursuit Denis Gancel, président de W et Cie, agence spécialisée dans la stratégie de marque. Trop chère, pas assez innovante, trop élitiste, qualité de service discutable, les reproches sont nombreux, même si tout le monde reconnaît la valeur de la marque. « *C'est un trésor endormi. À condition de retrouver ses fondamentaux, l'enseigne a du potentiel* », note Christophe Gazel.

Si la conjoncture n'est pas idéale, tout laisse à penser qu'il devrait y avoir plusieurs candidats à la reprise. « *Sera-t-elle totale ou partielle ?* », s'inquiètent les syndicats, qui attendent beaucoup de celui qui a réussi, en son temps, à redresser la France, Paul-Henri Cécillon, directeur du retail du groupe Habitat. Sur l'après-Kamprad, plusieurs hypothèses sont envisagées, dont une reprise par des fonds de type Apax Partners (actionnaire principal de Maison du Monde depuis avril 2008), avec ou sans participation du management. « *Plusieurs options sont en cours d'étude* », affirme Mark Saunders. Selon le *Sunday Times*, la famille Kamprad exclurait l'idée d'une faillite et la fermeture des magasins les moins rentables, préférant la méthode douce à la manière forte.

Ces enseignes qui savent gagner et pérenniser la confiance

LSA 05 novembre 2009

La satisfaction du client ne suffit pas toujours pour expliquer les performances d'une enseigne. D'où l'idée de Dia-Mart, Côté Clients, Ebeltoft et Publicis Activ Lille de mesurer également la confiance.

Une vertu longue et difficile à construire... mais facile à détruire.

Une première place de plus à afficher au palmarès d'Ikea ! Après avoir raflé moult prix et trophées au cours des dernières années, notamment pour sa satisfaction et son relationnel clients, l'enseigne suédoise peut désormais se targuer d'être la championne de la confiance des Français. Cette étude, réalisée par le cabinet de conseil Dia-Mart, l'institut Côté Clients, l'association d'experts Ebeltoft et de l'agence Publicis Activ Lille, s'intéresse pour la première fois à la confiance que portent les consommateurs aux enseignes. « *Outre la satisfaction de la clientèle et la fidélité, la confiance est également un facteur robuste pour expliquer les performances des points de vente* », explique Guillaume Antonietti, directeur général de Côté Clients.

VÉRONIQUE YVERNAULT

« Ikea doit viser 100 % d'énergie renouvelable » MIKAEL OHLSSON

Les Echos 07/12/09

Signataire, avec plus de 500 autres dirigeants d'entreprise, du « communiqué de Copenhague sur le changement climatique », le (nouveau) PDG du groupe Ikea appelle à fixer des objectifs précis pour réduire les émissions de CO2.

Ikea est présent dans une trentaine de pays. Quelle est votre vision de la crise ?

Nous restons prudemment optimistes sur l'évolution de nos marchés. Au plus fort de la

crise financière, à l'automne 2008, Ikea a continué d'enregistrer globalement une croissance de son activité. Et même si c'était dans le bas de la fourchette de nos estimations, elle nous a permis de gagner encore des parts de marché partout où nous opérons. Depuis l'été dernier, la tendance au ralentissement s'est même inversée. Ces derniers mois, notre activité a crû plus vite que nous l'avions imaginé. Cela n'est pas si surprenant si l'on considère le positionnement de notre enseigne, basé depuis toujours sur un bon rapport qualité/prix. Pour autant, la montée du chômage nous rappelle que la crise n'a pas fini de toucher nos économies, et nous ne savons pas jusqu'à quand les gouvernements maintiendront leurs plans de relance. C'est la raison pour laquelle il faut se garder de tout optimisme béat.

Avant d'être appelé à la direction générale du groupe Ikea, il y a trois mois, vous gériez les zones Europe du Sud et Amérique du Nord, des marchés matures. La croissance du groupe ne viendra-t-elle pas demain plutôt des pays émergents ?

Nous n'avons pas exactement cette vision du monde. Sur les dix dernières années, Ikea, c'est vrai, s'est implanté dans des pays comme la Russie puis la Chine. Deux marchés qui, à l'évidence, représentent un énorme potentiel de croissance continue pour le groupe. Mais, prenons l'exemple de la France, au hasard ! Nous y avons triplé nos ventes dans le même temps. Notre rythme de développement n'a pas changé significativement dans ces marchés que vous qualifiez de matures, même si, forcément, cela va plus vite dans les nouveaux pays.

Ikea est réputé pour être une marque mondiale, mais elle opère sur des marchés très différents. Comment pouvez-vous offrir une seule offre standardisée à travers tous les pays où vous êtes présents ?

En fait, elle ne l'est pas. Nos produits sont tous conçus à partir d'une même vision : créer des meubles et des produits d'équipement de la maison accessibles au plus grand nombre, afin de permettre aux classes moyennes d'aménager leur intérieur de façon fonctionnelle sans sacrifier le design. Mais nous adaptons nos gammes au mode de vie des gens. J'étais en Chine il y a quelques semaines. Nous y présentons dans nos magasins les produits tels qu'ils peuvent être installés dans l'appartement du Chinois moyen. C'est vrai aussi en France pour les meubles de cuisine. Vous avez en effet une façon très différente des Suédois d'aménager cette pièce. Nous devons le prendre en compte. Enfin, nous nous attachons à ajouter des produits spécifiques à tel ou tel marché et qui ne figurent pas dans le catalogue général du groupe. Parfois, certains, comme le canapé Clic-Clac lancé en France, rencontrent un succès mondial.

Chaque année, Ikea annonce des baisses de prix et, même si, comme entreprise familiale privée, elle ne publie pas ses comptes, sa profitabilité demeure très élevée. Des chiffres publiés dans la presse suédoise mentionnent quelque 19 milliards d'euros de profits cumulés depuis l'an 2000. Où est le secret ?

Il se trouve à Älmhult, là où est née l'entreprise il y a une cinquantaine d'années, dans la province de Smaland, une région pauvre au sud de la Suède d'où sont partis de nombreux émigrants vers les Etats-Unis, faute de ressources. Le fondateur d'Ikea, Ingvar Kamrad, voulait améliorer les conditions de vie des gens dans leurs intérieurs. Et, comme eux, il avait, et garde toujours, une conscience très aiguë de la valeur des choses. Depuis l'origine, cela guide toutes nos démarches, depuis la conception des produits jusqu'aux modes de distribution. Chez Ikea, nous avons l'obsession de ne pas gâcher de ressources. Or,

traditionnellement, le secteur de l'ameublement gaspillait beaucoup, du fait de sa matière première, le bois, de la taille des produits, de leur poids, etc. D'où l'énorme potentiel d'économies qu'il recelait et qu'il recèle encore, pour créer de nouveaux bénéfiques consommateurs tout en améliorant sans cesse la qualité.

Ikea n'a jamais fait appel aux marchés financiers. Quel regard portez-vous sur leurs excès ?

Cette indépendance relève aussi d'une intuition, dès le départ. Pour avoir la capacité d'aller contre les idées reçues, de remettre en cause des schémas établis, il faut être libre et ne pas dépendre de la Bourse.

C'est une règle ou c'est simplement parce que vous n'en avez jamais eu besoin ?

Je ne trancherai pas cette question, mais il me semble que cela a toujours été très clair. De la même manière, nous n'avons pas réduit nos investissements malgré la plus grave récession qu'a connue Ikea depuis qu'il existe. Ou encore nous supportons des pertes pendant de nombreuses années dans certains pays avant d'atteindre la rentabilité. C'est un des avantages que nous avons, comme dirigeants d'Ikea. Nous pouvons construire sur le long terme. Cela nous permet aussi d'installer nos relations avec les fournisseurs dans la durée. Ce qui leur donne la possibilité de participer activement à la création de valeur, à condition toutefois que nous soyons capables de les faire évoluer dans un environnement adéquat. De ce point de vue-là aussi, nous opérons différemment d'autres compagnies. Et nous espérons aller plus loin.

La conférence des Nations unies sur le climat s'ouvre aujourd'hui à Copenhague. De par son activité, Ikea est un important émetteur de gaz à effet de serre. Quelle est votre conscience du problème ?

Nous avons coutume de dire « des prix bas, mais pas à n'importe quel prix ». C'est réellement ce qui nous guide. Ainsi, contrairement aux idées reçues, 67 % de nos produits sont fabriqués en Europe, où nous réalisons 80 % de notre chiffre d'affaires. En Chine, une part essentielle de ce que nous y vendons est fabriquée... en Chine, et de la même manière en Russie. J'étais récemment à Bruxelles avec d'autres chefs d'entreprise pour rencontrer M. Barroso, le président de la Commission européenne, afin de discuter avec lui des moyens pour réduire les gaz à effet de serre. Personne ne sait ce qui sortira du sommet de Copenhague, et jusqu'à quel niveau d'engagement iront les chefs d'Etat. C'est pour cela que nous avons signé le communiqué de Copenhague sur le changement climatique appelant à une vision claire et de long terme, avec des objectifs précis, en particulier sur les énergies renouvelables. En Europe, nous demandons notamment un réel effort sur les infrastructures de transport sur rail intra-européennes. Ikea, qui avait sa propre compagnie ferroviaire, a dû la fermer du fait de leurs insuffisances.

Précisément, quelles sont les actions que mène concrètement Ikea pour un développement durable ?

Depuis toujours, l'entreprise est impliquée dans les économies d'énergie et de ressources tout au long de la chaîne, depuis la conception jusqu'à la commercialisation de nos produits. Nous travaillons sur les matériaux, le poids des meubles, sur le recyclage ou encore les économies d'énergie. Ces trois dernières années, Ikea a vendu environ 50 millions d'ampoules basse consommation par an. Cela représente en économies d'énergie l'équivalent de quatre centrales nucléaires et demie. Nous pouvons donc

influencer les consommateurs, mais nous travaillons aussi à réduire nos propres émissions de gaz à effet de serre. Nous avons fait la moitié du chemin vers notre objectif d'une réduction d'un quart de ces émissions. Par ailleurs, Ikea doit pouvoir fonctionner avec 100 % d'énergie renouvelable. Nous en sommes à 48 %, et nous multiplions les initiatives : à l'image du magasin neutre en émissions de CO2 qui vient d'ouvrir à Malmö ; ou encore de notre décision d'installer des panneaux photovoltaïques sur le toit de nos entrepôts et de certains points de vente. Notre plan, à terme, est d'en équiper entre 100 et 150. Un appel d'offres a été lancé pour installer 320.000 mètres carrés en France, où, par ailleurs, nous venons d'acheter trois champs d'éoliennes. Autre exemple : nous avons décidé de supprimer progressivement les palettes en bois, qui prennent de la place et doivent être retournées une fois la livraison faite, avec des économies de CO2 à la clef. Et nous avons conscience que nous pouvons faire beaucoup plus.

Ikea est un gros consommateur de bois. Quels engagements avez-vous pris contre la déforestation ?

Pas moins de 17 spécialistes des forêts travaillent à plein temps chez Ikea, et nous faisons régulièrement réaliser des audits chez nos fournisseurs. Nous avons défini un code de conduite, intitulé Iway, qui fixe des engagements minimums. Ikea a ainsi renoncé très tôt à utiliser le teck et reste très attentif à tout ce qui risquerait d'entraîner des déforestations. Nous utilisons essentiellement 5 essences (pin, bouleau, épicéa, hêtre et chêne) et pas de bois exotiques, à part l'acacia et le bambou, mais c'est plus une plante. Notre volonté est d'augmenter nos approvisionnements en bois certifié, mais nous nous heurtons à une difficulté : 5 % seulement des forêts dans le monde sont certifiées. Depuis 2002, nous travaillons en partenariat avec le WWF et nous sommes passés de 8 % à près de 18 % de bois certifiés chez Ikea. Nous avons de nombreux projets en Chine, en Russie, en Europe centrale. Il s'agit d'un enjeu majeur, auquel nous consacrons beaucoup de moyens.

Vous pourriez aller jusqu'à acheter des certificats carbone ?

Je dois dire que nous n'avons pas arrêté notre position sur ce sujet. Nous devons en savoir plus, mieux comprendre comment ça fonctionne. C'est compliqué. Une chose est sûre : nous sommes totalement opposés à la déforestation. Les arbres abattus doivent être remplacés.

Un livre très critique sur Ikea a été publié en Suède par un ancien assistant du fondateur, Ingvar Kamrad. Qu'en pensez-vous ?

Nous avons décidé de ne pas commenter ce livre, et pour de nombreuses raisons. Je m'attache, pour ma part, à décrire ce que, aujourd'hui, nous faisons concrètement.

Rencontrez-vous régulièrement Ingvar Kamrad ?

Oui, plusieurs fois par an. Il est « senior advisor » au comité de direction du groupe. Mais, en fait, il conseille tous les employés qu'il croise !

PROPOS RECUEILLIS PAR ANNE BAUER ET ANTOINE BOUDET, Les Echos

Le parcours de Mikael Ohlsson

Né en 1957, Mikael Ohlsson débute en 1979 au rayon tapis du magasin Ikea de Linköping,

en Suède. Deux ans plus tard, il est directeur du magasin de Sundsvall et en 1986, directeur marketing d'Ikea Suède. En 1988, il prend la direction d'Ikea Belgique, en 1991 celle d'Ikea Canada. Nommé « managing director » d'Ikea Suède en 1995, puis en 2000 directeur régional du groupe, il aura notamment la responsabilité de l'Europe du Sud et de l'Amérique du Nord. Membre de la direction exécutive du groupe Ikea depuis 1995, il est nommé PDG d'Ikea le 1 septembre 2009.

Son actualité

En tant que PDG d'Ikea, Mikael Ohlsson fait partie du Groupe des dirigeants sur le changement climatique, créé à l'initiative de l'université de Cambridge. Alors que s'ouvre aujourd'hui la Conférence des Nations unies sur le climat, à Copenhague, les dirigeants de plus de 500 entreprises mondiales ont signé le « communiqué de Copenhague sur le changement climatique », à l'issue d'un déjeuner avec le président de la Commission européenne. Il appelle « à un accord mondial ambitieux, robuste et équitable sur le changement climatique, qui réponde de façon crédible à l'ampleur et à l'urgence des crises auxquelles le monde est aujourd'hui confronté ».

Hilco rachète Habitat

LSA 17 décembre 2009

C'est une vente rondement menée. À peine deux mois après l'annonce de sa mise en vente par sa société mère ICAF Antillen, Habitat vient d'être vendu à Hilco, une société spécialisée dans la restructuration des entreprises. Mark Saunders, PDG de l'enseigne d'ameublement depuis avril, resterait en poste. Créée en 1964 par Terence Conran puis rachetée en 1994 par la famille Kamprad (Ikea), Habitat souffre depuis plusieurs années d'un manque de rentabilité. Un plan drastique de réduction des coûts de 20 millions de livres va être mis en place. Aucune fermeture de magasins (71 au total) n'est programmée pour l'instant.

Le meuble devrait atterrir sur un recul de 3 % à fin 2009

LSA Newsletter 18 décembre 2009

Après avoir enregistré en 2008 un léger retrait de 0,3 %, le marché (français) du meuble devrait terminer l'exercice 2009 sur un recul de son activité de 3 % à surfaces évolutives, selon les données délivrées aujourd'hui par Christophe Gazel, directeur général de l'IPEA. Tous les circuits sont touchés même le jeune habitat, qui reste toutefois lui sur une croissance positive. Parmi les familles de produits, le salon est celui qui a le plus souffert (- 7 à - 8 %), le meublant et la cuisine sont en retrait et la literie est restée stable. Le bilan définitif du secteur du meuble en 2009 sera dévoilé fin janvier.

2010

Le nouveau patron d'Ikea France

LSA 04 février 2010 par F. Br.

C'est le nouveau visage d'Ikea France. Emmené depuis treize ans par l'emblématique Jean-Louis Baillot, promu directeur des opérations commerciales internationales en octobre 2009, la filiale française ouvre une nouvelle ère avec l'arrivée de Stefan Vanoverbeke. Directeur général d'Ikea Pologne depuis quatre ans, ce Belge de 42 ans est issu de la grande famille du géant suédois de l'ameublement. Présent depuis plus de quinze ans chez Ikea, ce

diplômé de l'université catholique de Louvain a été responsable des ventes pour Ikea Belgique, puis directeur du magasin de Bologne, avant de prendre les rênes de la filiale polonaise. Cette fonction lui a permis à plusieurs reprises d'échanger avec son prédécesseur, qui lui a transmis le flambeau en toute confiance.

Autre plus de ce nouveau patron, que l'on dit discret et sympathique, il parle couramment français, faisant parti du cercle assez restreint des francophones chez Ikea. Un atout non négligeable et apprécié par les équipes, qui a certainement joué, au-delà de son parcours, dans sa nomination. Installé depuis quelques jours au siège, à Plaisir, Stefan Vanoverbeke s'apprête à visiter l'ensemble des 26 magasins de l'enseigne. L'occasion de se faire connaître des salariés, de perfectionner les finesses de la langue, mais aussi de découvrir la France et sa gastronomie qu'il apprécie déjà beaucoup.

Des magasins Ikea perturbés samedi par un mouvement de grève

LSA 08 février 2010 par Sylvie Lavabre

Plusieurs magasins du groupe Ikea ont été touchés samedi par un mouvement de grève portant sur les salaires. A la mi-journée, le magasin de Thiais (Val-de-Marne) n'avait toujours pas pu ouvrir ses portes, faute de personnel suffisant pour assurer la sécurité des clients. Selon la direction, les magasins de Vélizy (Yvelines), Grenoble et Montpellier étaient perturbés mais ont pu ouvrir au public. Le magasin de Roissy-Paris-Nord, situé à Gonesse (Val-d'Oise), n'a pu ouvrir qu'avec deux heures de retard samedi matin, selon Sébastien Heim, délégué syndical central Force Ouvrière. A Bordeaux-Lac, environ 70 salariés ont observé un débrayage de deux heures et manifesté samedi à la mi-journée devant le magasin, selon l'AFP. Les trois principaux syndicats d'Ikea (CFDT, FO, CGT) protestent contre les propositions salariales faites par la direction lors des négociations annuelles obligatoires (NAO). Elle s'est pour l'instant engagée à consentir une augmentation moyenne de 1,2% sur la base de hausses individuelles ou au mérite. Mais les syndicats réclament aussi une augmentation collective (appliquée uniformément à tous les salariés) d'environ 4%.

Appel à la grève samedi chez Ikea France

LSA 12 février 2010 par Magali Picard

La réunion entre les syndicats et la direction d'Ikea qui s'est tenue hier soir au siège de l'entreprise à Plaisir a fait chou blanc. Les syndicats en sont ressortis plus remontés que jamais et appellent les salariés (9000 en France) à faire grève demain samedi, jour de forte en fréquentation....et chiffre d'affaires. Chacun reste sur ses positions. La direction générale propose 2% d'augmentation moyenne des salaires alors que les syndicats réclament, eux, une augmentation de 4%. Il y a pourtant du progrès, puisqu'en début de semaine, la direction... proposait 0% d'augmentation générale et 1,2% d'augmentation individuelle, au mérite.

La journée de demain s'annonce dure : la grève est très suivie sur le terrain et plusieurs des 26 magasins français pourraient fermer ou ouvrir tardivement, comme ceux de Paris-Nord, Franconville, Evry, Thiais, Grenoble, Montpellier, Rouen ou encore Rennes. Une réunion est prévue lundi 15 février à 11 heures entre la direction et les syndicats. Ces derniers ont un argument tout trouvé pour peser sur les négociations : Ikea France a dégagé un bénéfice net de 52 millions d'euros en 2009 pour un chiffre d'affaires de 2,4 milliards d'euros. Mais en 2008, toujours selon eux, c'était plus de 80 millions.

Ikea : les négociations patinent

LSA 17 février 2010 par Sylvie Lavabre

Les négociations salariales chez Ikea France font du « sur-place », a estimé une source syndicale mercredi, après plus d'une semaine de conflit sur les salaires. Deux syndicats sur trois ont dénoncé l'absence de toute avancée dans le cadre de la réunion de Négociation annuelle obligatoire qui se tient depuis le début de la matinée au siège du groupe à Plaisir (Yvelines). La proposition de la direction est d'augmenter les salaires de 2%, dont 1% d'augmentation générale, mais l'intersyndicale CGT-FO-CFDT réclame une hausse collective de 4%. Sebastien Heim, délégué syndical central FO a indiqué qu'une réunion de médiation avec des représentants syndicaux et la direction du groupe doit se tenir jeudi matin à la direction départementale du Travail et de l'Emploi des Yvelines. La direction a de son côté publié en fin d'après-midi un communiqué annonçant qu'elle s'engageait « à ouvrir un vaste chantier consacré aux conditions de travail ». « Ce mouvement social a agit comme un révélateur de la crise de croissance que nous traversons après un développement très rapide ces dernières années, y explique Stefan Vanoverbeke, directeur général d'Ikea France. Dans tous les magasins que j'ai visités en France, nos collaborateurs me disent tous que la question des conditions de travail est plus importante que la seule revendication salariale. Il est important de rappeler que malgré la crise, IKEA maintient l'emploi et propose une augmentation collective, une augmentation individuelle, une prime d'ancienneté, une revalorisation des minima par métier

Ikea, analyse d'un conflit social

LSA 18 février 2010 par Magali Picard

Avec plus de dix jours de débrayage, le conflit que traverse Ikea ébranle la politique sociale de l'enseigne. Point d'achoppement, les négociations salariales et la dégradation des conditions de travail. Retour sur un malaise profond.

«*Ils savent compter leurs sous, pas leurs salariés.* » Marylène Laure, déléguée syndicale centrale CGT, huit ans d'ancienneté, 1 150 E net par mois pour 33 heures hebdomadaires, n'en démord pas : il y avait bien 1 000 salariés en grève sur 3 000 planifiés dans les 26 magasins français ce samedi 13 février. La direction, elle, en avançait la moitié, 500, soit 9 % des effectifs. Au-delà de la bataille des chiffres, une chose est sûre : Ikea n'avait jamais connu une grève pareille. Mis à part quelques débrayages en 2007, tout allait bien dans le meilleur des mondes à la suédoise, jusqu'à ce 6 février où, pour la première fois de son histoire, un magasin, celui de Thiais (Val-de-Marne) a dû rester fermé. Après plus de dix jours de conflit, l'image sociale de l'entreprise en ressort sacrément ternie. Drôle de baptême de feu pour Stefan Vanoverbeke, directeur général d'Ikea France depuis fin janvier. Le successeur de l'emblématique Jean-Louis Baillot s'en souviendra longtemps. Une dernière réunion devait se tenir mercredi 17 février, alors que les syndicats menacent de bloquer les entrepôts.

Salaires, horaires, effectifs...

Difficile de prévoir une telle mobilisation. Autant les salariés de Conforama s'étaient insurgés il y a un an quasiment jour pour jour contre un plan de réduction d'effectifs drastique, autant ceux d'Ikea ne subissent pas (heureusement pour eux) le même régime. Point de départ du conflit, les négociations salariales, qui se tiennent chaque année en février. Les syndicats ont vu rouge quand la direction leur a proposé une augmentation individuelle au mérite de 1 %... et aucune collective. Celle-ci revoit sa copie et revient à la

table des négociations avec une enveloppe de 2 %. Rien n'y fait, les syndicats restent arc-boutés sur une hausse de 4 % (2% collective et 2% individuelle). Mais, surtout, le conflit dégénère rapidement avec, en toile de fond, la détérioration des conditions de travail. « *Nous avons perdu 10 % des effectifs alors qu'il y a eu trois ouvertures de magasins en 2009, ce qui représente 1 200 emplois* », pointe Marylène Laure. Et de dénoncer le manque d'effectifs en logistique, en caisses ou aux restaurants. Même malaise concernant la variabilité des horaires. « *Nous acceptons de faire des semaines hautes, à plus de 40 heures, mais, en contrepartie, nous ne pouvons pas récupérer comme nous le voulons* », avance un salarié.

Une enseigne plutôt épargnée par la crise

La croissance rapide de l'entreprise (sept nouveaux magasins en trois ans) n'aurait pas été compensée par une gestion sociale des effectifs. Et les syndicats ont beau jeu de mettre en avant les bénéfices nets d'Ikea France : 52 millions d'euros pour le dernier exercice clos le 31 août 2009 pour un chiffre d'affaires de 2,2 milliards d'euros, après plus de 80 millions d'euros en 2008. « *C'est un peu la douche froide pour les salariés*, analyse Valérie Jaunasse, consultante à la Cegos en droit et relations sociales. *Ikea était leader sur son marché avec une politique sociale généreuse, mais n'est pas à l'abri de la crise. Or, les salariés n'ont pas vu venir le retournement de conjoncture et n'ont pas été informés préalablement.* » Un retournement qui a frappé de plein fouet le secteur du meuble avec une baisse de 3,1 % de chiffre d'affaires en 2009 selon l'Ipea (Institut de promotion et d'études de l'ameublement), mais dont Ikea sort plutôt épargné. L'enseigne suédoise a en effet gagné 1,2 point de part de marché en 2009, pendant que ses concurrents décrochaient.

Un malaise général dans la distribution

La direction d'Ikea aurait-elle devancé la crise ? « *Nous gagnons des parts de marché, mais notre chiffre d'affaires recule à périmètre constant* », plaide-t-elle. Et d'ajouter : « *Nous investissons plus en France que nous ne gagnons d'argent.* » À savoir 100 millions d'euros pour deux ouvertures de magasins en 2010. Côté direction, on met en avant également une politique sociale plutôt meilleure que celle de la moyenne des distributeurs (lire ci-dessus). Le conflit chez Ikea cristallise en réalité des mécontentements latents dans la grande distribution. Le baromètre social effectué auprès du secteur du commerce par la Cegos en 2008 montre bien l'insatisfaction des salariés de ce secteur. 51 % seulement se disent satisfaits des horaires contre 71 % dans les autres secteurs ; 55 % se trouvent stressés, alors que le chiffre atteint 51 % ailleurs. Sans commentaire.

Ikea prévoit des résultats stables

LSA 22 février 2010 par Camille Harel

Le nouveau PDG du géant suédois du meuble Ikea, Mikael Ohlsson, a annoncé lundi qu'il prévoyait des résultats stables en 2010 pour le groupe, qui traverse des difficultés sur le plan social en France et est mêlé à une affaire de corruption en Russie. Il ne précise pas les chiffres, mais le bénéfice net d'Ikea en 2009 aurait dépassé les 5,1 milliards d'euros. En Russie, où Ikea a dû licencier ses deux principaux dirigeants à la suite d'une affaire de pots-de-vin, les résultats sont en-dessous des espérances, précise M. Ohlsson. Mais "il est clair que nous continuons à opérer en Russie", affirme-t-il. En France, un conflit social lié aux salaires perturbe le fonctionnement des magasins Ikea depuis le 6 février. Le 13 février, une grève sans précédent a touché 23 des 26 enseignes du groupe en France.

Ikea remercie Per Kaufmann

LSA 25 février 2010 par E. GRYNZPAN, À MOSCOU

Ikea a habitué les Russes à des scandales ces dernières années, en étant de loin la société étrangère la plus bruyante dans la dénonciation de la corruption dans les rangs des officiels russes - elle était même la seule. Mais la voici contrainte de faire le ménage devant sa porte en limogeant deux de ses - jusqu'ici - très respectés directeurs, précisément sous l'accusation de corruption. Per Kaufmann, directeur d'Ikea pour l'Europe de l'Est, et Stefen Gross, directeur d'un centre commercial Mega de Saint-Pétersbourg auraient « fermé les yeux » sur le versement par un intermédiaire d'un pot-de-vin au fournisseur local d'électricité. Si les deux hommes ne sont pas accusés d'avoir obtenu des gains personnels dans l'affaire, Ikea qualifie le versement de « *totalelement inacceptable* ».

Per Kaufmann est bien connu en France pour avoir dirigé Ikea France, Le Printemps et Conforama. Il s'était distingué cet été en suspendant les investissements de l'enseigne en Russie pour protester contre les barrières administratives artificielles mises en place par certaines autorités locales - lisez : tentatives d'extorsion. La Russie occupe la 146e place au classement mondial de l'ONG Transparency International, et il est de notoriété publique que les sociétés, étrangères comme russes, sont contraintes de « graisser la patte » pour obtenir des permis de construction, licences ou raccordements au gaz, à l'électricité, etc.

Les négociations chez Ikea se soldent par un échec

LSA 25 février 2010 par Magali Picard

► **Mots clés :** Topic - Actu RH, Ikea, Salaire

La dernière réunion de Négociations annuelles obligatoires (NAO) entre la direction et les syndicats d'Ikea s'est tenue aujourd'hui. Trois syndicats (FO, CGT et CFDT) ont refusé de signer et restent sur leur demande d'augmentation de salaire de 4%. Au final, Ikea propose trois tranches d'augmentation : 4 à 8% pour 50% des salariés, plus de 3% d'augmentation pour 75% des salariés et un plancher garanti pour tous de 1% d'augmentation. Ces tranches comprennent également une revalorisation rétroactive au 1er janvier 2010 de 5% des forfaits dimanche pour les agents de maîtrise encadrant et les cadres, une augmentation de la prime d'ancienneté, une revalorisation des salaires minima par métiers. La direction d'Ikea engage également des chantiers sur les conditions de travail sur l'organisation des magasins, la gestion du temps, les processus d'évaluation et de suivi. Reste à savoir comment réagiront les syndicats, après le mouvement social de ces dernières semaines

Occupation du siège social d'Ikea France par des syndicalistes

LSA 04 mars 2010 par VINCENT RIBEROLLES

► **Mots clés :** Social, Ikea, Ikea France,

Et c'est reparti. Ce jeudi matin, des représentants syndicaux (CGT, FO, et CFDT) ont décidé d'occuper le siège social d'Ikea France à Plaisir (Yvelines) pour réclamer la reprise des négociations sur les salaires, qui s'étaient soldées par un échec fin février. " *On demande la reprise des négociations, sereinement, pour trouver un terrain d'entente, ce qui n'est pas le cas aujourd'hui*", a déclaré à l'AFP François Mrissa, délégué CGT. De son côté, le directeur de la Communication et du développement durable d'Ikea France, Pierre Deyries, a estimé que les syndicats " *veulent rouvrir des discussions définitivement closes et qu'ils ont refusé de signer*". Il a exclu l'idée d'évacuer les occupants. " *On va essayer de les ramener à une discussion normale.* "

Provence : Ikea condamné à 30 000 euros d'amende pour destruction d'espèces protégées

LSA 04 juin 2010 par FLORENT MAILLET

Mauvaise pub pour Ikea...Le géant suédois de l'ameublement a été condamné jeudi pour « destruction d'espèces protégées » à 30 000 euros d'amende, dont 10 000 avec sursis, par le tribunal correctionnel d'Aix-en-Provence (Bouches-du-Rhône). Le parquet avait requis 30 000 euros d'amende. « C'est la première fois qu'Ikea est ainsi condamné », a souligné Pierre Deyries, directeur de la communication d'Ikea France. « Nous sommes désolés de cette situation, nous travaillons en permanence à limiter notre impact d'une manière générale. » Plusieurs associations de défense de l'environnement avaient porté plainte contre la filiale française d'Ikea, poursuivie pour avoir détruit, sans dérogation préfectorale, plusieurs espèces animales et végétales protégées lors de la construction d'une importante plateforme logistique sur un terrain du port de Marseille situé à Fos-sur-Mer (Bouches-du-Rhône). Ikea avait obtenu pour le projet un avis favorable du Conseil national de la protection de la nature (CNPN). Mais il ne portait que sur des espèces d'orchidées, dont le groupe s'engageait à compenser la destruction par différentes mesures. Mais en 2008, alors que débutaient les travaux de défrichage pour bâtir l'entrepôt, un agent de l'Office national de la chasse et de la faune sauvage constatait sur procès-verbal la destruction d'autres espèces de fleurs, d'oiseaux et de reptiles sur le site. Une procédure était alors engagée contre Ikea pour destruction de ces espèces. Le patron d'Ikea Développement, Jean-Louis Baillot, avait reconnu à la barre avoir omis de solliciter une dérogation de la préfecture avant de commencer les travaux. « C'était à Ikea de démontrer qu'il n'y avait pas d'espèces protégées sur le site », avait rétorqué le procureur. Interrogé pour savoir si Ikea France comptait faire appel, Pierre Deyries a expliqué que le groupe devait d'abord étudier le jugement. Il a souligné que le travail sur les mesures compensatoires engagé par le groupe depuis deux ans sur le site était encadré par un comité de pilotage conduit par les services compétents de la préfecture et au sein duquel siégeaient les associations de protection de la nature et le port de Marseille. L'entrepôt d'Ikea (35 mètres de haut pour 65.000 mètres carrés) accueille les conteneurs de marchandises que le groupe achemine depuis l'Asie du Sud-Est pour ses magasins européens et qui étaient auparavant débarqués à Barcelone en Espagne.

Dans les immenses coulisses du « katalog » Ikea

LSA 08 juillet 2010 par JEAN-BAPTISTE DUVAL, À ÄLMHULT

C'est peut-être le plus grand succès d'édition du monde. Un travail de titan renouvelé chaque année qui accumule les records. Reportage au siège d'Ikea à Älmhult, en Suède.

Plus fort que le géant suédois ? Dieu, peut-être. Enfin, en matière d'édition. Car avec 199 millions d'exemplaires imprimés en 2009, le catalogue Ikea est l'ouvrage le plus distribué au monde. « Peut-être après la Bible... », hasarde-t-on au siège de l'enseigne, à Älmhult. La forêt à perte de vue, un sol sablonneux ingrat, on ne plaisante pas avec les blasphèmes dans cette austère contrée luthérienne du sud de la Suède. Älmhult, 15 000 habitants, est devenue mondialement célèbre pour abriter le siège du numéro un mondial de l'ameublement. Mais l'on sait moins que c'est aussi ici que, dans sa quasi-totalité, le fameux « katalog » est conçu. Il s'agit même d'une entreprise dans l'entreprise, baptisée Icom. Avec 285 employés à temps plein, ce studio de 8 000 m² est l'un des plus grands d'Europe. En période de travail intense, Icom fait appel à une centaine d'intérimaires. Mais le catalogue n'a pas toujours été comme ça. En 1951, quand Ingvar Kamprad publie son premier fascicule, il est seul à la barre. Au point d'écrire lui-même les textes. S'il ne compte que quelques pages, le Suédois voit tout de suite grand en l'imprimant à 250 000 exemplaires. Pas mal pour un pays qui ne

dépasse pas les 7 millions d'âmes à l'époque.

Recréer l'ambiance d'un chez-soi universel

Si le catalogue a bien changé en 60 ans (lire encadré p. 60), l'esprit de démesure est resté intact. Désormais, il compte en moyenne 360 pages et est distribué dans 34 pays en 27 langues. Pourtant, comme avant, tout commence à Älmhult. Pour l'édition du 60e anniversaire, qui ne sera distribué en magasins qu'à partir de fin août, les premières réunions de travail ont eu lieu début 2009.

Chefs de produits, directeurs artistiques, designers... Ce beau monde s'est réuni dans les « team rooms » pour déterminer le nouveau thème - cette année, les produits à petits prix. Tout est bon pour stimuler l'inspiration. Les murs sont couverts de photos de meubles ou d'intérieurs design issues des magazines spécialisés. « Nous travaillons aussi à partir des données de focus groups, des tendances que nous observons et de nos impressions personnelles », explique Ginny Figlar, d'Icom.

La phase de conception des « intérieurs », ces fameuses scènes de vie qui peuplent le catalogue, peut commencer. À partir de ce moment, Icom ressemble à la caverne du cousin viking d'Ali Baba. Ici les fauteuils, les canapés, les commodes, les étagères et les bureaux Ikea, plus loin des dizaines de lampes à pied ou à suspension, etc. Mais ce n'est pas tout. « Nous devons donner l'impression d'être à la maison, et les meubles n'y suffisent pas », explique Ginny Figlar. Aussi, jamais une cuisine d'entreprise n'a été aussi bien garnie que celle d'Icom. Sur les étagères (Ikea), des dizaines de bouteilles de vinaigre, d'huile, de condiments de toutes sortes. Rien ne manque. Enfin, juste à côté, des rayonnages de vêtements pour habiller les mannequins.

L'art du savoir-assortir

D'une saison à l'autre, tout ce qui peut resservir est stocké. « Comme le catalogue est gratuit, nous devons économiser un maximum d'argent », explique Selin Hult, responsable de la publication. Le « Ikea made » est donc la règle. Les mannequins sont des employés maison (non rémunérés) ou des membres de leur famille et des amis (rémunérés, eux). Les meubles maison sont achetés au magasin d'Älmhult et montés sur place par les employés.

Pour le reste, tout est en toc. Les murs sont en fausses briques, peintes sur de fines planches de contreplaqué. Les cheminées sont en bois creux et les flammes ajoutées à l'aide de... Photoshop. « Pour une touche supplémentaire d'authenticité, nous faisons aussi les marchés aux puces, pour récupérer des éléments de décor très typiques ou vieillis », explique une employée.

Malgré cette profusion d'astuces, le catalogue est, à peu de choses près, le même dans le monde entier. « Il ne faut pas croire, les gens ont les mêmes problèmes d'aménagement, explique Nicolas Cortolezzis, l'un des douze designers permanents. Tout le monde a trop de trucs, les mêmes équipements ménagers, etc. » Ce parti pris permet surtout de peaufiner les intérieurs proposés aux clients, un maillon essentiel du business model de l'enseigne suédoise. « La marque de fabrique d'Ikea, c'est un savoir-faire sur le design des produits, mais aussi sur l'aménagement des appartements », poursuit Nicolas Cortolezzis. En clair, plutôt que vendre un seul meuble, pourquoi ne pas en vendre plusieurs assortis entre eux ?

En revanche, Ikea ne peut pas faire l'impasse sur les tabous locaux. « Les photographes ont une liste d'environ 300 interdits en tête, de choses à ne pas montrer au moment de faire les photos », explique Selin Hult. Elle sait de quoi elle parle. Mise à contribution pour le catalogue 2010, elle s'est glissée sous la couette avec un homme - en tout bien tout honneur

- pour les pages literie. Inacceptable pour l'Arabie Saoudite : une deuxième photo a donc été prise, sans Selin Hult (voir p. 59). Autre exemple, les enfants jouant dans les pages cuisine de l'édition suédoise ont disparu dans la version chinoise. La friture y étant un mode de cuisson très fréquent, leur présence est jugée dangereuse. Ailleurs, il faut éviter la photo avec cadre noir, les pieds nus, ou mettre la main sur la tête de quelqu'un, etc. Un véritable casse-tête qui a pris fin vers le mois d'octobre 2009.

Pas de gaspillage

Une fois le catalogue composé, au printemps, il ne reste qu'à l'envoyer aux directions nationales de l'enseigne. À charge pour elles de traduire les légendes à partir de l'anglais, et de personnaliser les pages produits. Étagères Billy, table Lack... Ce sont celles où ne figurent qu'un article et son prix. « Au niveau national, nous choisissons une vingtaine de produits que nous mettons en avant, témoigne Richard Jimenez, directeur d'Ikea Reims, qui ouvrira ses portes fin août. Nous ne touchons pas à la couverture, mais nous pouvons changer la quatrième de couverture. »

« La Bible du meuble » peut prendre la direction de l'une des 60 imprimeries, aux quatre coins du monde. Le pavé est distribué en août et début septembre. Mais pas question de le donner gratuitement : il est facturé aux filiales afin d'éviter les gaspillages (environ 14 millions d'exemplaires pour la France). À partir des codes postaux récupérés en caisses, les zones à fort potentiel sont identifiées. Un moyen simple d'optimiser la distribution, surtout pour les grandes villes comme Paris. Seule une petite partie finira en magasins.

Ikea inaugure deux magasins près de Reims et Avignon

LSA 25 août 2010 par Jean-Baptiste DUVAL

Le leader mondial de l'aménagement de la maison continue d'étoffer son réseau en France. Ce mercredi 25 août 2010, il a ouvert les portes de deux nouveaux points de vente à Thillois (Reims) et Vedène (Avignon). Avec l'ouverture de ces deux magasins, Ikea porte à 28 le nombre de ses magasins dans l'Hexagone, pour un investissement total de 82 millions d'euros. Ikea Vedène Avignon (17340 m²) et Ikea Reims-Thillois (17000 m²) s'inscrivent chacun dans un ensemble commercial plus grand géré par Inter Ikea Centre Group, avec des ouvertures prévues au printemps 2011 pour Reims et à l'automne 2011 pour Avignon. Ikea France a enregistré au cours de son exercice 2008-2009 (clos le 31 août) un chiffre d'affaires de 2,2 milliards d'euros.

Ikea veut ouvrir 12 magasins d'ici à 2020

LSA 28 septembre 2010 par Jean-Baptiste DUVAL

A l'occasion de la présentation des résultats de l'année fiscale écoulée (clos à fin août), le 28 septembre, Stefan Vanoverbeke, le directeur générale d'Ikea France, a annoncé en conférence de presse un chiffre d'affaires de 2,283 milliards d'euros, en hausse de 2,6% à surface comparable. Il a par la même occasion révélé l'ambition du groupe suédois d'ouvrir 12 magasins d'ici à 2020, pour un investissement proche de 1,2 milliard d'euros. Cela porterait le total à 40 points de vente. « *Nous voulons que 80% des Français se trouvent à moins d'une heure de route de nos magasins* », a expliqué Stefan Vanoverbeke.

Ikea dégage un taux de rentabilité de 11 %

LSA 01 octobre 2010 par Jean-Baptiste DUVAL

On l'imaginait rentable, personne n'a été déçu. Pour la première fois, Ikea a levé le voile

sur sa rentabilité le 1^{er} octobre. Pour son exercice 2008-2009, son bénéfice net est de 2,5 milliards d'euros, en hausse de 11 %, pour un chiffre d'affaires de 21,8 milliards d'euros, malgré des « conditions économiques difficiles » précise le communiqué du siège. Selon des sources syndicales non confirmées par l'enseigne, avec un bénéfice de 52 millions pour des ventes de 2,2 milliards d'euros, la filiale française était donc très en retrait sur cet exercice. Sur l'exercice 2009-2010, le chiffre d'affaires a augmenté de 7,7 %, pour atteindre 23,1 milliards d'euros. Le bénéfice devrait être publié ultérieurement.

Ikea France voit grand... et local

LSA 07 octobre 2010 par Jean-Baptiste DUVAL

► **Mots clés :** Ikea, Ikea France, Stefan Vanoverbeke , Jean-Louis Baillot, Les produits, Multimédia

Après avoir stagné en 2008-2009, le suédois renoue avec la croissance en France. Surtout, il dévoile ses projets d'expansion et sa nouvelle stratégie d'adaptation locale des assortiments. Une petite révolution.

Stefan Vanoverbeke n'avait pas commencé son mandat de directeur général d'Ikea France sous les meilleurs auspices. En mars, ce ressortissant belge avait été accueilli par une grève qui lui a donné du fil à retordre. Huit mois après son arrivée, c'est en toute sérénité, accompagné de ses nouveaux adjoints (lire p. 73), qu'il a abordé la figure imposée de l'annonce des résultats de l'exercice écoulé (clos à fin août), le 28 septembre. D'abord parce que les chiffres présentent un meilleur profil. Alors que les ventes à périmètre comparable avaient stagné en 2008-2009, elles ont progressé de 2,6 % sur le dernier exercice. Au total, l'enseigne suédoise fait « *un peu mieux que le marché* » (+ 3,4 %) sur l'année, notamment grâce à l'agrandissement de 8 000 m² du magasin de Toulon (Var). L'impact de l'ouverture des deux unités d'Avignon (Vaucluse) et de Reims (Marne), près de 35 000 m² supplémentaires depuis fin août, ne sera visible que l'an prochain.

Mais déjà, le leader français du meuble a conforté sa position avec une part de marché de 16,9 % (+ 0,6 point), devant ses concurrents Conforama (14 %, + 0,5 point) et But (9,7 %, + 0,6 point), qui ont pourtant repris du poil de la bête. Nul doute que sa stratégie de petits prix (le thème de son dernier catalogue) a payé. D'ailleurs, l'enseigne suédoise veut encore creuser son sillon sur les univers de la chambre et de la cuisine. Stefan Vanoverbeke a annoncé que 47 millions d'euros seront investis dans les prix (- 6 % pour les matelas, - 8 % sur l'électroménager et - 10 % sur l'aménagement des cuisines) au cours de cet exercice fiscal.

Au-delà des chiffres, le patron d'Ikea France a surtout annoncé l'ouverture de douze magasins d'ici à 2020. Son prédécesseur Jean-Louis Baillot avait déjà estimé le potentiel du pays à 40 à 50 points de vente mais, désormais, le calendrier est arrêté et les investissements chiffrés. Au total, près de 1,2 milliard d'euros seront nécessaires pour mener ce chantier à terme, répartis à parité entre les magasins Ikea et les centres commerciaux de sa filiale IICG. « *On peut envisager une part de marché de 20 % à horizon 2020, même si tout dépend de l'attitude de nos concurrents*, estime Stefan Vanoverbeke. *Notre objectif est de mettre 80 % des Français à moins de une heure de route d'un Ikea.* » Pour l'exercice en cours, les agrandissements des magasins de Bordeaux, en Gironde (8 000 m²), et de Vitrolles, dans les Bouches-du Rhône (6 000 m²), sont déjà programmés, en attendant l'ouverture des centres commerciaux de Reims-Thillois et Avignon-Vedène.

La volonté d'être plus local

Cette période sera aussi celle d'un nouveau chantier stratégique : la déclinaison locale des assortiments. « *Il s'agit d'un travail sur plusieurs années, c'est une direction nouvelle qui devrait faire que le magasin de Paris Nord sera différent de celui de Dijon* », explique le directeur général. Si de nombreuses enseignes pratiquent déjà cette gymnastique, c'est une véritable révolution pour Ikea. Depuis l'origine, son succès s'est bâti sur un modèle logistique et commercial homogène qui exige des volumes toujours plus importants afin d'obtenir des réductions de prix de ses fournisseurs. De toute évidence, la crise l'a ébranlé. « *Depuis un an et demi, il y a une logique d'adaptation et de réactivité qui se met en place*, analyse Christophe Gazel, directeur général de l'Institut de promotion et d'études de l'ameublement (Ipea). *On peut dire qu'ils travaillent au nouvel étage de la fusée pour le développement mondial : en respectant le concept et sa puissance, revenir vers du local.* » Jean-Louis Baillot, l'ex-directeur général d'Ikea France, pourrait d'ailleurs être en charge de ce dossier depuis qu'il est monté à la direction marketing du groupe.

Des perspectives sur le Net

En revanche, internet n'a toujours pas les faveurs du groupe suédois. « *Nous n'avons pas l'intention de développer son potentiel*, reconnaît Stefan Vanoverbeke. *Aujourd'hui, c'est un service plus qu'un point à développer. Nous n'avons pas encore trouvé la logistique adaptée.* » Aux États-Unis, où le Net a malgré tout son utilité pour couvrir un territoire immense, Ikea ne réalise que 1 ou 2 % de ses ventes en ligne. Pour autant, le groupe ne se prive pas de tester en Suède un site web de vente de meubles Ikea usagers, en partenariat avec un site de CtoC local. Idem pour les centres-villes. Si, officiellement, il ne s'agit pour le moment que d'un axe de réflexion, le géant suédois teste déjà une boutique au cœur de Hambourg. Le début d'une nouvelle ère ?

Ikea s'ancre et persiste à Fos-sur-Mer

Le 16 décembre 2010 par FLORENT MAILLET

Bien qu'échaudé par les blocages sociaux de septembre-octobre, le distributeur dément toute volonté de suspendre l'activité de son nouveau site logistique des Bouches-du-Rhône. Au prix d'adaptations.

La plate-forme logistique de Fos-sur-Mer, dans les Bouches-du-Rhône, cause bien des soucis à Ikea France. En 2008, les travaux de construction du site à peine débutés, des associations écologistes attaquaient le géant suédois en justice. En cause : l'absence de dérogation préfectorale pour la destruction d'espèces végétales et animales protégées. En juin, le distributeur a d'ailleurs été condamné, en première instance, à 30 000€ d'amende, dont 10 000€ avec sursis. Depuis, la plate-forme, qui a coûté 70 millions d'euros, est entrée en service en février - avec six mois de retard -, mais rencontre d'autres problèmes. Après les reptiles ou les orchidées, c'est le climat social bouillonnant du Grand Port maritime de Marseille qui perturbe Ikea France. Les grèves récurrentes de septembre et d'octobre ont coûté cher au groupe, contraint de dérouter 30 à 40% des conteneurs vers son site de Barcelone, puis de les rapatrier par camions. « *Au total, 100 conteneurs ont été envoyés par l'Espagne, ce qui nous a coûté en moyenne 1 300€ par unité, plus des frais de stationnement des camions à l'entrée du port, bloqué par les grèves* », déplore Gert Bruggers, directeur d'Ikea Distribution Service pour l'Europe du Sud, dont la France. Il évalue la facture totale des troubles sociaux cumulés de septembre-octobre à 300 000€ pour Ikea France. De quoi susciter des rumeurs persistantes sur une fermeture provisoire du site. Gert Bruggers dément catégoriquement : « *Cette piste n'a jamais été envisagée. Concernant l'avenir, nous*

maintiendrons au minimum le niveau d'activité actuel à Fos-sur-Mer. »

Recueillir les conteneurs provenant d'Asie Une affirmation teintée de prudence. Car entre la crise sociale et la crise économique, Ikea est bien loin de ses prévisions initiales sur le site de Fos, qui devait accueillir 200 salariés à terme. Aujourd'hui, ils sont à peine 80 permanents, plus des intérimaires. Pourtant, Fos-sur-Mer devait être, avec Metz, proche du port d'Anvers, l'un des réceptacles du transport maritime de marchandises, sachant qu'Ikea importe par cette voie les 30% de sa production réalisés en Asie. *« Mais dès juillet, des perturbations sociales locales ont affecté Fos, regrette Gert Bruggers. Le flux a été irrégulier, et nous avons eu du mal à récupérer les marchandises et à assurer un niveau d'activité sur le site. »* Ikea envisage plusieurs pistes pour remédier à cette situation, dans un contexte où la crise économique et une croissance moins forte que prévu contraignent le groupe à revoir sa supply chain. *« On peut, par exemple, imaginer de stocker davantage de marchandises quand elles arrivent à Fos-sur-Mer, afin d'équilibrer l'activité sur les autres périodes. C'est ce que nous faisons à Gênes »,* détaille le responsable logistique. Il évoque aussi la *« croissance naturelle »* d'Ikea en France, avec de nombreuses ouvertures de magasins, *« qui pourraient générer le doublement de l'activité à Fos-sur-Mer d'ici à deux ans. Je le répète : pour nous, ce site demeure stratégique »*. En revanche, *« si la situation ne s'améliore pas, sa croissance sera gelée au profit des autres sites français. »* Dans ce cas, la plate-forme de Metz, tournée vers Anvers, pourrait en profiter.

Désormais, dans le sud de l'Europe, Ikea va desservir ses magasins nationaux à partir de ses plates-formes nationales, tout en favorisant la livraison directe en points de vente, sans transit par entrepôt. Pour livrer ses magasins, Ikea France compte 3 entrepôts : Saint-Quentin-Fallavier (Isère, près de Lyon), La Maxe (Moselle, près de Metz) et Fos-sur-Mer. Le distributeur dispose aussi d'un entrepôt de livraison clients à Châtres (Seine-Maritime), près de Paris.

- **1,5 million de m³** : de conteneurs de marchandises entrant chaque année dans les entrepôts de livraison de magasins
- **2 sites** : embranchés fer (Saint-Quentin-Fallavier et La Maxe)
- **30%** : des marchandises originaires d'Asie et importés par la mer
- **23 000 m²** : La surface commerciale
- **22** : Le nombre de magasins ouverts (5 coques disponibles), dont AS Adventure, Darty, Fnac, Chantemur, Geneviève Lethu, Hémisphère Sud, Interior's, Intersport, La Cuisinerie, Maison de la Literie, Maxi Zoo, Meubles Gauthier, Zodio, Lumiland, Maisons de lumière by Technal, Tousalon
- **1 200** : Le nombre de places de parking pour les clients et 300 pour les salariés
- **750 000** : La zone de chalandise de habitants, au sein d'un bassin démographique englobant plus de un million de personnes

Objectif Chine pour Ikea

LSA 16 décembre 2010 par FRÉDÉRIC BIANCHI

Ikea prévoit de doubler le nombre de ses magasins en Chine d'ici à 2015, alors que ce pays ne représente encore qu'une faible part de ses ventes dans le monde, a rapporté jeudi le

China Daily. Ikea prévoit de disposer de 16 à 18 magasins dans cinq ans, contre huit implantations dans huit villes chinoises actuellement, ont déclaré des responsables de l'enseigne au quotidien de langue anglaise. "Bien que le marché chinois ne représente qu'une petite part de nos affaires à l'échelle mondiale actuellement, nous pensons que grâce à l'accélération de notre expansion et à la croissance vigoureuse de l'économie chinoise, la Chine sera le premier marché du groupe Ikea d'ici 15 à 25 ans", a déclaré le président d'Ikea pour l'Asie-Pacifique, Ian Duffy. Actuellement, la Chine, deuxième économie mondiale, ne fait pas partie des dix premiers marchés d'Ikea. Son chiffre d'affaires pour l'année fiscale 2010 s'y élève à 3,7 milliards de yuans (420 millions d'euros), en hausse de 23% sur un an, rapporte le China Daily. Au niveau mondial, le chiffre d'affaires des 315 magasins du groupe a atteint 23,1 milliards d'euros durant cette même année fiscale, qui s'est terminée fin août.

2011

Interview de Thierry Guibert, PDG de Conforama : « Steinhoff veut faire de Conforama le n° 2 mondial du meuble »

LSA 13 janvier 2011 par PROPOS RECUEILLIS PAR JÉRÔME PARIGI

Le patron du numéro deux français du meuble s'est expliqué en exclusivité sur lsa.fr, fin décembre, sur la portée de la fusion en cours avec le groupe sud-africain Steinhoff. L'essentiel de l'interview, légèrement réactualisée.

LSA - Le projet de cession au groupe Steinhoff était-il la bonne solution pour Conforama ?

Thierry Guibert - C'est le projet que j'ai soutenu et qui fait le plus de sens pour poursuivre et même accélérer le plan stratégique de Conforama, ainsi que son développement international. Steinhoff est un actionnaire qui connaît très bien notre domaine d'activité. Son mode de fonctionnement très décentralisé repose sur l'autonomie de ses filiales - un peu à l'image de PPR -, ce qui nous convient parfaitement. Et il souhaite accélérer le développement et la dynamique de l'enseigne tout en préservant l'emploi. Le projet de Steinhoff est de faire de Conforama le numéro deux mondial du meuble, derrière Ikea. Nous serons le seul groupe, avec l'enseigne suédoise, à disposer d'un rayonnement géographique de grande ampleur, avec ses implantations en Allemagne, en Autriche, au Royaume-Uni et aux Pays-Bas, qui complètent parfaitement les nôtres : France, Espagne, Portugal, Italie et Suisse.

Les deux alliés en chiffres

STEINHOFF

au 30 juin 2010

5,3 Mrds € de CA (- 5,5 %)

414 M € de résultat net (+ 3,4 %)

CONFORAMA

2,9 Mrds € de CA en 2009

125 M € de résultat opérationnel courant

250 magasins dans le monde, dont 182 en France

IKEA, le seul géant mondial du meuble

LSA 20 janvier 2011 par JEAN-BAPTISTE DUVAL.

Près de soixante-dix ans après la création d'Ikea, Ingvar Kamprad peut s'enorgueillir d'être le père d'un modèle de distribution unique, celui du seul géant mondial du meuble devenu une icône du design.

Ingvar Kamprad n'a que 17 ans lorsqu'il se lance dans la vente par correspondance en créant Ikea. Quatre lettres pour : Ingvar Kamprad, Elmtaryd (le nom de la ferme de ses parents) et Agunnaryd (son village d'origine). Il ne négocie alors que des bibelots : stylos, montres, bijoux, etc. Un bric-à-brac encore visible au musée qui lui est consacré au siège d'Ikea. Il faudra attendre 1948 pour qu'il ajoute des meubles à sa liste.

- **Paquet plat** La grande invention d'Ingvar Kamprad arrivera en 1956. Une idée simple qui permet à l'entreprise d'économiser sur la logistique, puisqu'il prend moins de place, et sur la main-d'oeuvre, puisque c'est aux clients de monter les meubles. À partir de 1951, il propose ses premiers catalogues : quelques photos en noir et blanc, beaucoup de textes entièrement rédigés par le fondateur et, dès le départ, une distribution à grande échelle (200 000 exemplaires). Ensuite, il lui vient l'idée d'exposer ses meubles, puis de les vendre en magasins. En 1958, il ouvre sur 6 700 m², une surface énorme pour l'époque, à Almhult, dans sa région natale. La ville abrite encore aujourd'hui le siège de l'entreprise.

- **International** Ikea peut désormais se développer. D'abord, en devenant concepteur de ses propres meubles, l'enseigne va traverser la mer Baltique pour nouer des accords d'approvisionnement en Pologne, où elle possède encore de nombreuses forêts et des usines de fabrication. En 1963, elle ouvre son premier magasin hors de Suède, en Norvège, et, en 1965, sur 31 000 m², à Stockholm. À partir de là, les ouvertures vont s'enchaîner : Danemark en 1969, Suisse en 1973, Allemagne en 1974, etc. Ikea est maintenant présent dans 24 pays.

- **Design** Le boum de la société de consommation des années 70 permet aussi au suédois de devenir une icône du design. Ses meubles pratiques, pas chers et esthétiques vont se vendre par millions : Poäng, le fauteuil à armature en bois toujours au top des ventes, Billy, l'incontournable bibliothèque, la table basse Lack, etc.

En quelques décennies, Ingvar Kamprad a fait de son bébé une multinationale dont il quitte la présidence en 1986, à 60 ans. Aujourd'hui, Ikea est intouchable dans l'univers du meuble. Son catalogue est la publication gratuite la plus distribuée au monde. Et sa rentabilité, dévoilée pour la première fois en 2010, atteint le taux record de 11,5 % du chiffre d'affaires. Ingvar Kamprad, lui, profite toujours de sa retraite dorée en Suisse, à la tête de la 11e fortune mondiale, selon le magazine *Forbes*.

1943 : Ingvar Kamprad a 17 ans quand il crée son entreprise de vente par correspondance.

1951 : Premier catalogue par correspondance. Ingvar Kamprad écrit lui-même les textes.

1956 : Apparition des meubles en paquet plat, à l'origine de la révolution logistique d'Ikea.

1958 : Premier magasin en Suède, à Almhult.

1981 Ikea arrive en France avec un premier magasin à Paris.

1986 : Ingvar Kamprad quitte la direction et cède son titre de PDG à Anders Moberg.

2004 : Ouverture de son 200e magasin à New Haven, aux États-Unis.

2010 : Ouverture de deux magasins en France, à Reims et à Avignon.

21,5 Mrds € de chiffre d'affaires en 2009

267 magasins
11,5% de résultat net
10% la part de la France dans l'activité du groupe
198 millions de catalogues distribués dans le monde

Source : Ikea, exercice clos au 31 juillet 2009

Exclusif : Conforama et But regagnent des parts de marché, Ikea conforte son leadership

LSA 10 février 2011 par FLORENCE BRAY

Selon nos informations, le trio de tête du secteur de l'ameublement reste inchangé en 2010. Le numéro 1 reste Ikea avec une part de marché de 17 % soit un léger + 0,1 point, suivi de Conforama qui affiche un 14,6 %, soit un gain de 0,6 point "du jamais vu depuis de longues années" soulignait récemment Thierry Guibert, PDG et enfin de But, qui passe le cap de 10 % alors qu'il se situait à 9,7 % à la fin 2009.

Rue 89 10/02/2011 à 12h18

<http://www.rue89.com/2011/02/10/les-magasins-ikea-agences-pour-vous-faire-acheter-cest-prouve-189701>

Ikea vous perd pour mieux vous faire acheter (c'est prouvé) [Marie Kostrz](#)



On s'en doutait, [Alan Penn](#) l'a démontré : selon une étude publiée par ce professeur

d'architecture britannique, l'agencement des magasins Ikea est conçu pour vous désorienter et vous inciter à acheter le plus de produits possible lors de votre passage dans l'hypermarché du meuble. Ce professeur à la [University College of London](#) a tenté d'expliquer pourquoi il n'est pas possible de repartir les mains vides d'un magasin Ikea. Il s'agit pour lui d'un paradoxe :

« Bien que les gens s'y rendent par milliers, une part substantielle d'entre eux prétend détester cette expérience. »

Joint au téléphone par Rue89, il estime que seulement 25% des clients « adorent » cette stratégie de la firme suédoise.

En 2005, [Susie Steiner](#), journaliste à la section « Espace et jardinage » du Guardian, faisait une description qui parlera à tous ceux qui ont succombé à l'étagère Billy :

« Des rayonnages remplis de boîtes marrons flanquées de codes et de noms aléatoires ; une route jaune qui vous mène inexplicablement vers des chambres alors que tout ce que vous vouliez était des ustensiles de cuisine. »

« Vous êtes déconnectés de la vie quotidienne »

Selon Alan Penn, la mise en place d'un environnement hostile incite paradoxalement les clients à acheter davantage de produits. Premièrement, le client est désorienté. Si les pièces d'expositions successives mettant en scène des salons, salles de bain ou cuisines permettent aux clients de se représenter des scènes de la vie quotidienne, ils perdent vite le sens de la réalité :

« Vous êtes rapidement déconnectés de la vie quotidienne – toutes les représentations du monde extérieur sont embrouillées et même le sens d'orientation est éliminé par les zigzags et les virages du chemin. »

Cette méthode est similaire à celle utilisée dans les centres commerciaux : pas de fenêtre, issues de secours difficiles à localiser. Les clients sont coupés de la réalité, passent plus de temps sur place et sont donc plus disponibles pour acheter.

Ikea chercherait donc à agir sur l'inconscient de ses clients. Alan Penn avance :

« En même temps [que vous êtes désorientés], on vous suggère, par les scènes d'expositions, ce à quoi devrait ressembler la vie quotidienne. C'est plus ou moins subliminal. »

Le client prend les produits par peur de ne pas les retrouver

Autre but d'Ikea selon le professeur : vous frustrer. Contrairement à un supermarché ordinaire, où vous pouvez vous déplacer d'un rayon à l'autre et revenir sur vos pas, Ikea a instauré un cheminement particulier duquel il est difficile de s'éloigner. Il est vrai que les portes permettant d'effectuer un raccourci sont en général camouflées.

Pour l'auteur de l'étude, les clients, suivant la route, ont tendance à prendre avec eux davantage de produits, par peur de ne pouvoir les retrouver plus tard. Dans son étude, Alan Penn précise que 67% des achats effectués à Ikea sont effectués de manière compulsive. Il nous explique :

« Les premiers produits que les gens aperçoivent à Ikea sont les plus chers, car ils doivent passer dans les pièces reconstituées. Une fois qu'ils arrivent dans les rayons à thèmes où les produits sont moins coûteux, ils s'autorisent une récompense en s'en offrant quelques-uns. »

Influencer l'achat par le design

Ikea a pour sa part démenti vouloir déconcerter le client afin de l'inciter à acheter davantage. Carole Reddish, responsable Ikea de l'Angleterre et de l'Irlande, [a déclaré](#) au journal britannique Daily Mail :

« Nos salles d'exposition sont conçues pour donner à nos clients de nombreuses idées pour aménager chaque pièce de la maison, y compris la cuisine, la chambre et le salon. »

Sandrine Chopin, coordinatrice projet pour l'agence d'architecture commerciale [Idoine](#), à Paris, assure que le concept Ikea a eu tendance à se développer ces dernières années. Elle émet quelques réserves :

« C'est une organisation qu'on voit de plus en plus mais qu'on ne conseille pas à nos clients. Le consommateur s'aperçoit qu'on l'oblige à passer dans certains rayons et en a marre.

Ce qui se développe plus actuellement est l'architecture comportementale : on travaille sur l'ambiance, on crée des prédispositions à l'achat mais sans passer par la logique jusqu'au-boutiste d'Ikea. »

ALLER PLUS LOIN

Sur [Rue89 Ikea](#) : le modèle « low cost » à l'épreuve de la grève

Sur [Rue89 Ikea](#) achète des mots-clés Google pour contrer la grève

Sur [tudelft.nl](#) L'étude d'Alan Penn dans son intégralité

Sur [dailymail.co.uk](#) Why shoppers find it so hard to escape from Ikea, sur

PPR finalise la cession de Conforama à Steinhoff

LSA 21 mars 2011 par CAMILLE HAREL

► **Mots clés :** Conforama, PPR Group,

Le groupe PPR a finalisé la cession de la société d'ameublement Conforama au sud-africain Steinhoff International. PPR avait annoncé, le 9 décembre, des négociations exclusives pour vendre sa filiale 1,2 milliard d'euros, plus la dette due par Conforama. Conforama exploite 241 magasins, 190 en France et 51 répartis dans six pays européens (Italie, Suisse, Espagne, Croatie, Portugal et Luxembourg). L'an dernier, Conforama était le numéro deux de l'ameublement en France derrière Ikea, avec une part de marché de 14%. La cession de Conforama s'inscrit dans la stratégie de François-Henri Pinault de recentrer PPR sur le luxe et sur des marques internationales d'équipement de la personne dans un pôle "lifestyle". La Fnac et Redcats (vente à distance) ont également vocation à être cédés.

Pas d'accord sur les salaires chez Ikea France

Le 01 avril 2011 par Magali Picard

Une dernière réunion dans le cadre des négociations annuelles obligatoires (NAO) s'est déroulée hier entre les partenaires sociaux et la direction d'Ikea France, mais n'a débouché sur aucun accord. Deux syndicats seulement étaient prêts à signer, la CFTC et la CFE-CGC. Ikea France maintient tout de même sa proposition d'enveloppe d'augmentation de la masse salariale, à 3%, applicable le 1er avril 2011 pour les employés et rétroactive au 1er janvier 2011 pour les cadres et agents de maîtrise. Ainsi, la direction signale dans un communiqué que "97% des collaborateurs bénéficieraient d'une augmentation de leur rémunération, entre 2 et 4,2%, en fonction de leur performance individuelle, de leur ancienneté et incluant l'augmentation collective". Les autres mesures portent sur la rémunération le dimanche, les primes de remplacement quand les collaborateurs occupent temporairement un poste de niveau supérieur au leur, des formations qualifiantes en faveur des caristes et la négociation d'un plan d'épargne pour la retraite collective.

Un nouvel Ikea en prévision a Bayonne

LSA 04 avril 2011 par Sylvain AUBRIL

Le groupe suédois Ikea poursuit sa croissance en France avec un projet de magasin de 24 000 m² installé à Bayonne, Le centre commercial comprenant 80 boutiques, pour un investissement de 250 millions d'euros. Le site devrait ouvrir en 2014. Le maire de Bayonne et ceux des communes périphériques soutiennent le projet qui doit créer 1100 emplois, pour 8 millions de visiteurs attendus tant de France que d'Espagne. Ikea compte déjà 28 magasins et veut en ouvrir une douzaine de plus, dont celui de Caen, en cours de construction.

Ikea souhaite ouvrir en valais

Par Patricia Meunier - Mis en ligne le 27.04.2011 à 10:54

Le groupe suédois projette de construire une nouvelle surface à Martigny.

Après Aubonne (VD) en 1979 et Vernier (GE) en 2010, Ikea vise un troisième emplacement en Suisse romande. «Nous avons contacté la Municipalité de Martigny, car nous recherchons des terrains près de la ville», confirme David Affentranger, responsable de la communication d'Ikea Suisse.

«Cet emplacement constitue pour nous une porte d'entrée sur le Valais.» Un marché certes intéressant, car outre sa population en pleine expansion, le canton augmente fortement sa démographie avec l'arrivée des touristes.

En termes de localisation, Martigny est située à proximité de la France, de l'Italie, ainsi que de nombreuses stations de ski comme Verbier. De plus, la clientèle haut-valaisanne pourrait aussi se laisser séduire.

Si les discussions sont en cours avec les autorités, ni les parcelles ni la taille exacte ne sont définies. Selon les dires des parties, le magasin devrait correspondre au modèle de Vernier qui s'étale sur une surface de 31 000 m².

«Nous allons considérer le nombre d'emplois envisagés et les exigences d'Ikea. Une nouvelle rencontre est prévue avant l'été 2011», confie Marc-Henri Favre, le président de Martigny. L' élu souhaite faire les choses de manière réfléchie et éviter de se heurter à une foule d'oppositions «comme à Vernier».

L'empire suédois de l'ameublement n'est pas le premier commerce à viser le Vieux-Pays. A la mi-mars 2011, Hornbach a confirmé son implantation prochaine dans la zone des Morands à Riddes. Propriété du promoteur Christian Constantin, la zone en question comprend 110 000 m² et pourrait encore accueillir trois centres commerciaux.

«Nous sommes en tractations avec de grandes enseignes», explique Christian Constantin, qui a enterré l'idée du stade sur ce même emplacement après avoir signé un accord avec la Fraternité Saint-Pie X d'Ecône qui vit à côté.

Un deuxième centre Inter Ikea à Reims-Thillois

LSA 26 mai 2011 par LAURENT LOCURCIO

Inauguré le 4 mai, le nouveau centre Inter Ikea s'étend sur 19 hectares.

© GILBERT BAZIN

Après Bry-sur-Marne, c'est au tour de Reims-Thillois d'accueillir un centre commercial développé par Inter Ikea Centre Group. Son concept family friendly s'adapte aux

spécificités locales. Prochain opus à Avignon-Vedène.

Les Armoiries Shopping Centre, ouvert en mars 2010 à Bry-sur-Marne, en Ile-de-France, a été le premier centre « 100% » développé, conçu et commercialisé par **Inter Ikea Centre Group**. Le cas rémois était différent, puisque étroitement lié à l'historique du projet. Comme l'a souligné **Richard Vathaire**, directeur général d'Inter Ikea Centre Group pour la France, l'Espagne et le Portugal, la foncière s'adapte aux situations locales, tenant compte des lieux, des habitudes de consommation et même du stade d'avancement des projets. Car dans le cas de Reims, Ikea Centre Group a... acheté le parc commercial Maison + à son concepteur initial, le promoteur Sopic.

UN NOM DÉCIDÉ PAR CONCOURS

Une passation de pouvoirs, certes, facilitée par l'étroite collaboration entre les deux sociétés, partenaires depuis le lancement du projet de Thillois, en 2005. Il était alors question d'un magasin Ikea - dûment ouvert voici un an - et d'un **centre commercial** « complémentaire » dédié à l'équipement de la maison, Maison +. Mais entre-temps, l'enseigne suédoise étant devenue opérateur en immobilier commercial pour la France, la donne a changé.

Enfin, le centre commercial Inter Ikea de Reims-Thillois inauguré le 4 mai occupe près de 19 hectares, magasin Ikea compris. La partie ouverte au public, qui développe 23 000 m² de surface commerciale, accueille déjà 22 enseignes. Les espaces sont occupés à 85% et il ne reste que cinq emplacements disponibles. « *Nous avons des contacts avancés, et nous devrions afficher complet d'ici à la fin de l'année* », prévoit **Stéphane Biarez**, le directeur du centre commercial rémois, également à la tête de celui de Bry-sur-Marne. Âgé de 37 ans, il connaît bien le monde de la distribution et est passé notamment par les magasins d'usine et l'enseigne Marques Avenue. Son rôle est, à Reims comme à Bry-sur-Marne, celui d'un « chef d'orchestre » chargé d'animer et de faire vivre les centres, en partenariat avec les commerçants. Mais aussi d'enraciner régionalement le centre, dont le futur nom sera choisi, d'ici à la fin de l'année, par les habitants de la région dans le cadre d'un concours.

ENVIRONNEMENT PRIVILÉGIÉ

Concrètement, 40 millions d'euros ont été investis et déjà plus de 300 emplois créés par le nouveau centre. Côté architectural, c'est le cabinet Scau, concepteur du Stade de France, qui était à l'oeuvre. Le résultat a de l'allure, avec une façade extérieure tournée vers les grands axes routiers et pensée comme « *un signal, un événement visuel et plastique rappelant les lignes du paysage environnant* ». Tandis que l'intérieur du centre est conçu comme une maison à toit ouvert, sous forme d'un mail où la famille entière peut se promener parmi les espaces verts, lieux de services et de boutiques.

Nul centre sans parti pris environnemental ! La démarche entreprise par **Sopic** et poursuivie par Inter Ikea Center Group ne déroge pas. Installation photovoltaïque de 320 m², récupération des eaux pluviales, tri sélectif : tout a été pensé pour une gestion inscrite dans le développement durable.

La zone de Reims-Thillois n'en a pas fini de grandir puisque Sopic continue de développer deux îlots commerciaux en prolongement du centre. L'un d'entre eux va accueillir Boulanger en septembre prochain, et Castorama, en mars 2012, en association avec l'Immobilière Frey. Enfin, un nouvel îlot de 2 400 m² sera occupé en septembre 2012 par Ixina, Cuisine Plus et Le Faillitaire, dans le cadre d'un transfert, sachant qu'un développement sur 6 000 m² est également prévu pour 2013. Il est vrai que, grâce à l'arrivée

d'Ikea, la zone a fait l'objet de gros travaux qui ont fortement amélioré son accessibilité par la route, et l'ont connectée au réseau de transports en commun. Un « effet Ikea » fort utile à la filiale foncière pour ses ambitions, en France comme sur le reste de la planète !

Ikea augmente légèrement sa part de marché

Le 15 juin 2011

A l'occasion de la présentation des nouvelles collections qui arriveront en magasin à la rentrée, Stefan Vanoverbeke, directeur général de la France, a confirmé que l'enseigne gagne sur ses concurrents direct.

Dans la grande tradition d'Ikea, aucun chiffres précis n'ont été dévoilés à l'exception de sa part de marché. "Nous étions à 17 % en 2010, contre 16,9 % un an auparavant", a expliqué Stefan Vanoverbeke. Un gain qui a été réalisé principalement aux dépens "d'un concurrent alsacien et un autre plus petit dans le Sud", à savoir les groupes Rapp et Alinéa. Les ventes depuis le début de l'année ont été "meilleures que la tendance du marché", annoncée à + 4,4 % par l'Institut de promotion et d'étude de l'ameublement (IPEA), avec des hausses des ventes à deux chiffres du côté des matelas. Les deux magasins ouverts en août dernier à Reims et Avignon ont, quant à eux, réalisé des démarrages supérieurs aux prévisions. Côté projet, un magasin va ouvrir à Caen le 2 novembre, et l'autorisation pour celui de Bayonne vient d'être obtenue pour une ouverture d'ici deux ans et demi.

Ikea lance une nouvelle campagne publicitaire

LSA 01 septembre 2011 par Sylvie Lavabre

Avec cinq films teasers de 10 secondes, diffusés sur les principales chaînes de télévision hertziennes, la TNT, Canal plus et le site internet www.ikea.fr vendredi 2, samedi 3 et dimanche 4 septembre prochains, Ikea s'apprête à révéler par un film de 60 secondes à 20H30 dimanche, une nouvelle campagne et un nouveau concept, conçus et réalisés par l'alliance des agences Venise & Hémisphère Droit. "Cette campagne et son concept puisent dans « l'ADN » de la marque Ikea. Celui qui a fait son succès depuis 30 ans en France et bâti la relation unique qu'elle entretient avec ses clients : ses racines suédoises, son ton militant, son enthousiasme", explique l'enseigne dans un communiqué. Le plan media sera déployé tout au long du mois de septembre, tant en média (3 spots de 30 secondes durant 4 semaines en télévision sur TF1, M6, Canal plus et la TNT) qu'en hors média (CRM, campagne digitale aux nombreux contenus), puis décliné tout au long de l'année selon les prises de parole thématiques en presse écrite.

Recours contre l'implantation d'Ikea à Bayonne

LSA 09 septembre 2011 par Morgan Leclerc

Unibail-Rodamco, a déposé un recours auprès de la Commission nationale d'aménagement commercial (CNAC) contre le projet de centre commercial porté par le groupe suédois Ikea et Carrefour à Bayonne.

La société Unibail-Rodamco, co-bailleur d'un important centre commercial de la périphérie de Bayonne, a indiqué jeudi avoir déposé un recours auprès de la Commission nationale d'aménagement commercial (CNAC) contre le projet de centre commercial porté par le groupe suédois Ikea et Carrefour à Bayonne. Ce recours, déposé le 5 août, "ne vise pas l'implantation du magasin Ikea qui est légitime (...) mais la galerie commerciale accolée et

adossée à un Carrefour", a précisé une porte-parole de Unibail-Rodamco, co-bailleur du Centre commercial BAB2 (Biarritz-Anglet-Bayonne). La CNAC a quatre mois pour se prononcer, le recours n'étant pas suspensif. Ce complexe va générer une perte de chiffre d'affaires conséquente pour BAB2, situé à environ 10 km du futur site d'Ikea, a-t-elle encore fait valoir. Le projet porté par le groupe suédois et Carrefour comporte un magasin Ikea de 24.000 m² ainsi qu'un forum commercial de plus de 80 boutiques adossé à un hypermarché Carrefour. Il se situe sur une zone qui s'étend principalement sur la commune de Bayonne. Ikea a prévu d'investir 250 millions d'euros.

IKEA s'implante en Bulgarie

LSA 20 septembre 2011 par FRÉDÉRIC BIANCHI

► Mots clés : Ikea

Le géant suédois de l'ameublement **IKEA** a ouvert mardi son premier magasin en Bulgarie, un pays où il espère conquérir 10% du marché d'ici un an. Le groupe est représenté en Bulgarie via la holding grecque Fournalis qui en détient la franchise et compte ouvrir un deuxième magasin à Varna, sur la Mer Noire, dans les années à venir. Le magasin propose 7.500 articles sur 35.000 m² à la périphérie de Sofia.

But table sur une part de marché à 10,3% fin 2011

LSA 21 septembre 2011

► Mots clés : But, E-commerce

But poursuit son redressement et gagne 0,3 point de part de marché. Les ventes sur Internet s'annoncent comme un relais de croissance important: elles génèrent déjà 10% des ventes de l'enseigne

But devrait terminer l'année 2011 avec une part de marché de 10,3%, a estimé son Pdg Régis Schultz lors d'une conférence de presse hier. **En 2010, But s'était hissé à 10% de part de marché (+0,3 point), derrière Ikea (17%, +0,1 point) et Conforama (14,6%, +0,6 point),** selon les chiffres de l'Institut de promotion et d'études de l'ameublement (Ipea). La société avait par ailleurs annoncé en février un chiffre d'affaires 2010 en hausse de 4,1% à 1,8 milliard d'euros, avec une répartition due à 60% aux meubles, 8% à la décoration, à peu près autant au brun, et 22% au blanc. **Internet s'annonce également comme un vecteur de croissance important : le e-commerce génère déjà 10% des ventes de But** qui, par ailleurs, prévoit d'équiper une centaine de ses magasins de bornes tactiles manipulées par les vendeurs, et des tentées à développer les ventes de produits qui ne sont pas exposés.

Ikea a « augmenté ses ventes à surface constante »

LSA 27 septembre 2011 par Jean-Baptiste DUVAL

► Mots clés : Ikea, Ikea France, Stefan Vanoverbeke

Le leader français de l'ameublement a annoncé un chiffre d'affaires 2,42 milliards d'euros en France pour son exercice 2010/2011, clos à fin août. Il s'agit d'une progression de 6,1 % de ses ventes par rapport à l'an dernier.

« Je peux vous dire que nous avons augmenté nos ventes à surface constante », a assuré Stefan Vanoverbeke, directeur général de l'enseigne. En interne, on ne donne pas chiffres précis mais on laisse entendre qu'elle a été supérieure à 1 %. Une performance surprenante. D'abord parce que la hausse des ventes semble correspondre à l'accroissement du parc d'Ikea sur la période. En plus des deux ouvertures à Reims et Avignon l'été dernier, passant

le parc de 26 à 28 unités, le magasin de Vitrolles a gagné 6 000 mètres carrés. Ensuite, parce les deux principaux concurrents d'Ikea annoncent également de fortes progressions. Pour But, le chiffre d'affaire a augmenté de 10 % sur le premier semestre, tandis que Conforama est sur une croissance de 3 % à surface comparable. « Il faut rester prudent et attendre la fin de l'année pour voir qui prend réellement des parts de marché », estime un connaisseur du secteur.

Un Ikea... sans galerie, à Caen

LSA 04 octobre 2011 par CLAIRE GARNIER

► **Mots clés :** Ikea, Ikea France, Grande Distribution, GMS - Centres commerciaux, Inter Ikea

L'enseigne suédoise ouvre à Caen sur 20 000 m², mais Inter Ikea Centre Group semble moins pressé d'y adjoindre son centre commercial de 30 000 m², pourtant autorisé en CDEC.

Ikea a ouvert ses portes mercredi 2 novembre en bordure du périphérique sud de Caen, à Fleury-sur-Orne (14). Si l'on en croit Mounia Elhilali, directrice générale adjointe Ikea France, ce nouveau magasin, le 29^e en France, est censé « renforcer la présence de l'enseigne dans le Nord-Ouest », entre les magasins de Rouen (76) et de Rennes (35), et dynamiser « l'attractivité de l'agglomération caennaise ». Forte de 235 000 habitants (dont 110 000 à Caen) celle-ci avait atteint des sommets en 2010, avec 173 000 m² autorisés, soit + 59% par rapport à la surface commerciale existante. Cela ne facilite pas la commercialisation des centres en construction ou déjà construits, et contribue à laisser certains projets dans les cartons.

Qu'en est-il du projet d'Inter Ikea Centre Groupe de construire un centre commercial de 30 000 m² en face du magasin qu'il vient d'ouvrir ? L'entreprise, qui doit communiquer sur ce dossier auprès des élus en décembre, tourne visiblement sa plume dans l'encrier. « Nous continuons à avancer sur notre projet de centre commercial », répond prudemment Mounia Elhilali. Sans plus de précision. « Inter Ikea s'interroge sur la viabilité du modèle économique de son projet ; il pourrait être amené à le modifier », croit savoir Philippe Duron, maire de Caen et président de la communauté d'agglomération de Caen-la Mer. À Fleury-sur-Orne, Claude Leclère, adjoint à l'urbanisme et ancien maire, assure que « le projet reste dans les clous de la CDEC, avec une superficie totale de 50 000 m² pour Ikea et Inter Ikea. » Il précise même que « le projet prévoit toujours une grande surface alimentaire », qui serait le transfert, avec extension, de l'actuel Simply Market (groupe Auchan) de Fleury-sur-Orne.

Projets retoqués

Face à l'explosion de projets commerciaux, « les élus ne restent pas inactifs », observe Philippe Duron. Le président de l'agglomération estime d'ailleurs que le Scot (schéma de cohérence territoriale) va favoriser leur réflexion prospective en matière d'urbanisme commercial. Certains projets, dans le Calvados, ont déjà été retoqués par la communauté d'agglomération, à commencer par les villages de marques d'Ifs et de Mondeville. D'autres avancent. À Blainville-sur-Orne (14), le projet de centre commercial de 8 200 m² tiré par un Leclerc de 3 800 m² avait d'abord essuyé un refus de la CDAC, qui a fini par avaliser une surface de 4 300 m² intégrant le même Leclerc de 3 800 m². Sur le plateau nord, à côté du campus universitaire et du CHU, le plus ancien centre commercial de l'agglomération, Carrefour Côte de Nacre, va faire peau neuve et passer de 15 000 à 30 000 m² (dont Carrefour, qui passe sur 10 000 m²). Après une décision de CDEC annulée par le tribunal

administratif de Caen sur un recours d'Hyper U, Corio a finalement obtenu le feu vert de la CDAC pour un projet de « rénovation, restructuration, extension » comprenant moins de grandes surfaces que le précédent. C'est un projet « *plus riche, mieux intégré dans le tissu urbain, qui prend en compte la clientèle de proximité* », observe Philippe Duron. Cette stratégie de proximité des enseignes se traduit aussi par l'arrivée de supérettes en centre-ville. Carrefour a même choisi la rue Saint-Jean pour tester son concept de Carrefour Express.

Les chiffres

31 000 m² La superficie, dont 19 500 m² de surface de vente

50 M€ L'investissement

42 M€ L'objectif de chiffre d'affaires la première année

1 343 Le nombre de places de parking

240 Le nombre de collaborateurs

Les champions du meuble sont confiants dans leur modèle

LSA 06 octobre 2011 par JEAN-BAPTISTE DUVAL

Malgré une fin d'année qui s'annonce difficile, les leaders du marché du meuble restent sûrs d'eux. Grâce au travail de fond effectué des dernières années... et sans doute à un peu d'esbroufe.

Jusqu'ici, tout va bien, ils touchent du bois. Les trois leaders du marché de l'ameublement entament la dernière ligne droite de fin d'année avec des résultats tout à fait honorables au premier semestre pour But et Conforama, voire sur les douze derniers mois pour le suédois Ikea, qui clôt ses comptes à fin août. Un pécule sur lequel ils vont sans doute devoir capitaliser pour garder les indicateurs au vert quand il faudra boucler l'année 2011. Selon l'Institut de promotion et d'étude de l'ameublement (IPEA), alors que la hausse des ventes en cumul depuis le début de l'année était de 3,9% à fin juin, elle n'était plus que de 2,9% à fin août... « *La conjoncture n'annonce rien de bon, avertit Christophe Gazel, directeur général de l'IPEA. Si le marché termine l'année en positif, ça sera déjà bien.* »

La cuisine et la literie, locomotives du secteur

En attendant, Ikea se réjouit d'avoir bouclé son dernier exercice sur une croissance de 6,1% de son chiffre d'affaires en France, pour un total de 2,42 milliards d'euros. « *Notre part de marché est en hausse* », se félicite Stefan Vanoverbeke, directeur général d'Ikea France.

Cette performance est avant tout à mettre sur le compte de l'ouverture des magasins de Reims (51) et d'Avignon (84) en août, lesquelles ont porté le parc de 26 à 28 unités, sans oublier une extension de surface commerciale de 6 000 mètres carrés à Vitrolles (13). « *Nous avons aussi profité du très bon développement de notre rayon matelas, grâce à nos efforts de remodelage des espaces en magasins, ainsi que sur la formation des vendeurs* », poursuit Stefan Vanoverbeke. Si l'on ajoute le fait qu'Ikea reste leader en volume sur le marché des cuisines, il est normal que les résultats soient au rendez-vous. « *Les marchés de la cuisine et de la literie tirent le secteur* », confirme Christophe Gazel.

Une tendance dont ont également profité Conforama et But, qui ont réinvesti le créneau de la cuisine depuis deux ans.

Pour l'ancienne filiale de PPR, les ventes ont augmenté de 3 % en France au premier semestre, soit 2,8% à surface comparable. L'année écoulée a été chargée pour Thierry

Guibert, son PDG. En plus de négocier la reprise de Conforama par le sud-africain Steinhoff, il est aussi parti à la chasse aux franchisés But. « *Nous avons annoncé la reprise de dix d'entre eux. Aujourd'hui, nous avons déjà ceux de Chelles (77), de Cosne (58), de Luneville (54), de Meaux (77), de Menton (06), de Nancy (54) et de Saint-Genis-Pouilly (01)* », détaille Thierry Guibert. En parallèle, l'enseigne poursuit la rénovation de son parc. D'ici à la fin de l'année, dix unités supplémentaires passeront au nouveau concept.

En attendant, Confo Déco, son format de poche de centre-ville dédié à la décoration, prend son essor pas à pas. Le troisième point de vente vient d'ouvrir en plein coeur de Paris (75), rue de Rivoli. Un quatrième est prévu à Marseille (13) en novembre. « *Nous avons augmenté l'assortiment propre à Confo Déco, passant de 20% à 30%* », témoigne son PDG, dont l'objectif de performance reste de dépasser les 2 500 € de chiffre d'affaires au mètre carré. Enfin, d'ici à l'été prochain, entre deux et cinq Conforama devraient ouvrir.

Trois champions ou trois vainqueurs

Quant à But, son patron, Régis Schultz, annonce des résultats impressionnants pour la première moitié de l'année. « *À fin juillet, nous étions en progression de 10,9% sur un marché en hausse de 4%*, indique-t-il. *Ce qui nous fait gagner, c'est la qualité des produits et la sélection. Nous avons développé les collections multistyles, et la cuisine est en progression de 50% sur les deux dernières années.* » But s'appuie notamment sur la rénovation de 120 magasins au cours des trois dernières années. « *Pour résumer, nous sommes en gain de part de marché, notre taux de satisfaction est en hausse, l'offre a été renouvelée et les conditions d'achat s'améliorent* », se félicite Régis Schultz.

Mais trois champions font-ils trois vainqueurs ? Leurs déclarations rapprochées laissent entrevoir un marché où tous les gros gagneraient des parts de marchés sur les plus petits. Ikea assure être en progression à surface constante - « *plus de 1%* », jure-t-on en interne -, malgré une fréquentation décevante et un parc en forte augmentation. But se voit déjà rééditer les performances des années précédentes, et Conforama ne doute pas de sa progression. « *Certaines données me semblent un peu folles, tempère un consultant. Quand des acteurs avec des prix aussi tassés annoncent de telles hausses de chiffre, cela devrait se voir dans les volumes. Pourtant, je n'ai pas eu connaissance d'études de fréquentation des consommateurs qui aillent dans ce sens...* » Autant dire que, depuis le retour dans la course de Conforama et de But, grâce à un important travail de fond, le marché du meuble n'a jamais été autant disputé. Et vu le contexte de crise, la situation semble propice aux effets d'annonce...

La Tribune 31/10/2011

**L'enseigne suédoise ouvre mercredi son 29^e magasin dans l'Hexagone, près de Caen.
Le leader du marché espère en exploiter 40 en 2020.**

Il aura fallu plus de quatre ans à Ikea pour s'installer dans l'agglomération de Caen. Mercredi, l'enseigne suédoise inaugure un magasin à Fleury-sur-Orne (14). Le numéro un du meuble en France avait obtenu l'autorisation d'ouvrir ce mastodonte de 30.000 m² en février 2007. « *Cette 29^e ouverture relève de notre objectif d'exploiter 40 magasins en France, en 2020* », rappelle Stefan Vanoverbeke, directeur général d'Ikea en France (2,24 milliards d'euros de chiffre d'affaires annuel, à fin août 2011, en hausse de 6,1 %).

En 2010, Ikea a ouvert deux magasins, à Reims et Avignon. « D'ici à 2020, nous en ouvrirons un à trois par an », explique Stefan Vanoverbeke. Les prochaines villes françaises sur la liste Ikea sont : Clermont-Ferrand, pour une inauguration en 2013, et, Venissieux (près de Lyon) et Bayonne, pour des ouvertures en 2014. La Commission nationale d'aménagement commercial (Cnac) vient de rejeter un recours d'**Unibail-Rodamco** contre le projet basque que mène la foncière Inter Ikea depuis 2006 pour un montant de 250 millions d'euros. Unibail-Rodamco, qui exploite le centre BAB 2 situé à 10 kilomètres de là, s'inquiétait de la construction de cet ensemble où, outre Ikea, s'imbriquent une galerie marchande de 80 boutiques et un hypermarché **Carrefour**.

Ikea devra faire encore preuve de patience dans le Sud-Est. Depuis des années, l'enseigne suédoise caresse l'espoir de s'installer dans les environs de Cannes. Le maire écologiste de Mouans-Sartoux, André Aschieri, s'est opposé au projet qu'Ikea menait à Mougins avec **Altarea-Cogedim**. En juin 2010, il a obtenu le rejet de l'opération par la Cnac. Depuis, le groupe suédois, dont le magasin le plus proche est celui de Toulon, à 160 kilomètres de là, prospecte à Nice. « Nous avons trois options dans la plaine du Var », indique Stefan Vanoverbeke.

Rénovation

Parallèlement à ces ouvertures - chacune nécessite la bagatelle de 50 à 60 millions d'investissement, soit à peu près le budget 2011 d'investissement de Conforama, son challenger - l'enseigne investit dans la rénovation et l'agrandissement de son réseau, vieux maintenant de trente ans. Ikea vient de démarrer l'extension de son magasin de Bordeaux, après avoir poussé les murs de celui de Vitrolles.

Cette stratégie offensive d'expansion va de pair avec une adaptation de l'offre Ikea aux goûts et besoins des Français. L'enseigne, qui brigue 20 % de part de marché en 2020, espère recruter de nouveaux clients avec des solutions d'ameublement à petits prix adaptées à l'exiguïté des logements urbains. « Dans une période de crise de la consommation et de confiance des ménages, c'est l'un des atouts de Ikea », prédit Stefan Vanoverbeke.

Juliette Garnier - 31/10/2011, 07:17 la tribune

2012

Les ventes d'Ikea progressent de 6,9 % en 2010/2011

LSA 20 janvier 2012 par Jérôme Parigi

Très bons résultats du numéro 1 mondial du meuble qui a réussi à baisser ses prix de 2,6 % et affiche une marge nette enviable de 12 % à la faveur d'une hausse de ses bénéfices de 10,3 % !

Le géant du meuble vient de publier ses résultats sur son année fiscale qui court du 1er septembre 2010 au 31 août 2011. Et ils sont bons. Le chiffre d'affaires du groupe IKEA a augmenté de 6,9%, soit 24,7 milliards d'euros. Le bénéfice net a lui augmenté de 10,3% pour atteindre 2,97 milliards d'euros, "grâce à des ventes en progression et une meilleure structure des coûts", explique le groupe suédois dans un communiqué qui indique que "malgré la hausse du coût des matières premières, IKEA a pu baisser ses prix de 2,6%."

Le pdg Mikael Ohlsson, indique avoir ouvert sept nouveaux magasins et recruté 4.000

collaborateurs. Créé en Suède en 1943, le Groupe IKEA compte 287 magasins dans 26 pays et emploie 130 000 collaborateurs. Par ailleurs, avec 60 éoliennes et des panneaux photovoltaïques sur 40 sites IKEA, l'entreprise indique que plus de la moitié de son énergie est désormais d'origine renouvelable.

ECONOMIE ET FINANCES Jeudi 26 janvier 2012

Ikea Suisse frise le milliard de chiffre d'affaires en 2010/11

Spreitenbach La filiale suisse d'Ikea a frisé le milliard de chiffres d'affaires pour son exercice 2010/11. De septembre 2010 à août 2011, ses huit enseignes ont réalisé des ventes à hauteur de 999 millions de francs, en hausse de 3% par rapport à l'exercice précédent.

Le nombre de visiteurs a également grimpé de 3%, à 15,8 millions de clients. Ikea Suisse a ouvert un neuvième magasin en novembre à Rothenburg (LU). La filiale fêtera l'an prochain le quarantième anniversaire de son installation sur territoire helvétique où elle compte 2979 collaborateurs.

Au niveau mondial, le géant suédois du meuble a généré 24,7 milliards d'euros (29,8 milliards de francs) de chiffre d'affaires sur l'exercice 2010/11 en hausse de 6,9%. L'Europe représente toujours son principal marché avec 79% des ventes, suivie de l'Amérique du Nord (14%) et de la région Asie-Australie (7%). Ikea possède 280 magasins dans 26 pays et emploie quelque 131'000 personnes.

IKEA moves ahead with plans for 4 Sydney superstores 6/2/2012

Swedish furniture giant IKEA has served 750,000 customers at its second store in Sydney, Australia, since it opened three months ago, and the company is moving ahead with plans for two more stores in the city. [NineMSN \(Australia\)](#) (06 Feb.), [The Daily Telegraph \(Australia\)](#) (06 Feb. finance 4/2/2012)

ESPIONNAGE - LA TRIBUNE 29/02/2012

Scandale Ikea : le groupe aurait espionné employés et clients

Selon des informations du Canard Enchaîné, le géant suédois de l'ameublement Ikea aurait eu recours à des officines privés pour obtenir les fichiers secrets de la police nationale concernant ses employés, et même certains clients.

Scandale en vue pour la filiale française du géant suédois. Selon le journal satirique "Le Canard Enchaîné", l'entreprise d'ameublement aurait consulté, contre rétribution, des entreprises privées chargées de lui faire parvenir des fichiers secrets appartenant à la police nationale. Le but : obtenir des informations sur ses salariés, futurs recrutements, voire même des clients...

Selon l'hebdomadaire, Ikéa France aurait passé un accord avec des officines privées de sécurité afin d'obtenir des fichiers secrets sur le passé de ses salariés ou de ses clients en litige avec le fabricant depuis plusieurs années. Des informations en théorie réservées aux policiers, comme le casier judiciaire, le nom du propriétaire d'une voiture, d'un numéro de téléphone portable, ou les activités et centre d'intérêts de certaines personnes... L'entreprise aurait cherché à fouiller dans le passé de ses salariés, avec des demandes parfois insolites. "Le Canard enchaîné" relève ainsi quelques unes des demandes formulées dans des e-mails : «

Personne en embauche sur le magasin de Paris Nord. Merci de me donner son casier". "Son discours est antimondialiste, ses méthodes "vieux garde CGT [...] Prosélytisme divers ? ATAC ou autres ? Risque de menace ecoterroriste ? » Coût d'une consultation : 80 euros.

Des employés furieux, la direction dément

Conséquence de ces révélations : certains employés sont furieux, et se tournent vers la justice. Une dizaine d'entre eux devrait porter plainte pour "utilisation frauduleuse de données personnelles", passible de 5 ans d'emprisonnement au minimum et de 300.000 euros d'amende.

L'ancien PDG de l'entreprise, joint par Rue89, a formellement démenti toute implication personnelle. L'accès non autorisé à ce type de fichiers est sévèrement réprimé : il est passible au minimum de 5 ans d'emprisonnement et de 300 000 euros d'amende.

Managing director David Hood believes the homewares vendor can grow sales in a tough retail environment, saying Sydney's expansion rivals that of its global brethren, *Daily Telegraph* reports.

Ikea's recently opened Tempe store, in Sydney's south west, has served 750,000 customers in the three months since it opened its doors.

The firm has acquired land for a third store to be set up in Sydney's growing north west and is currently hunting for a property for a fourth store in west or southwest Sydney.

Ikea is expected to submit a development application for a new outlet at Marsden Park, in north-west Sydney, later this month.

The Marsden Park Ikea, at 36,000sqm will be a similar size to the current store at Tempe and is expected to open towards the end of 2014 after construction begins later this year.

Development director of the Sydney Business Park, Owen Walsh, said he was working on a subdivision application for Ikea to lodge at Blacktown Council.

"We think it will be the cornerstone of the bulky goods centre, together with Bunnings," Mr Walsh said.

The director said he thought the business park would be a success despite the challenging conditions for retailers.

"If we were just selling furniture it would be a lot tougher," he said.

"We have all the other bits and bobs to furnish a home and when it is a more challenging environment, that gives us an advantage."

Mr Hood said Ikea is expanding its retail footprint because its Rhodes store is chronically overcrowded.

LSA 29 /2/2012

A La Une le 29 février 2012 Accusé d'espionnage, Ikea veut faire la lumière

Suite à un article du Canard Enchaîné daté du 29 février 2012 évoquant des pratiques d'espionnage sur le personnel et les clients d'Ikea, l'enseigne a annoncé son intention d'entreprendre des vérifications pour faire "toute la lumière" sur cette affaire.

Chez Ikea, on a dû en tomber de l'armoire ! **Dans son numéro daté du 29 février 2012, le Canard Enchaîné consacre un long article relatant des pratiques d'espionnage des salariés et des clients mises en place par la "direction risque" de l'enseigne.** Selon l'hebdomadaire satirique, la filiale française d'Ikea aurait conclu, fin 2003, un accord avec la société d'enquêteurs privés Sûreté International pour obtenir des informations issues du fichier policier Stic, de celui des cartes grises ou des permis de conduire. Pour appuyer ses propos, le journal publie certaines de ces demandes réalisées par e-mail, concernant par exemple l'authentification du conducteur d'une voiture à partir de son numéro de plaque d'immatriculation ou encore le compte-rendu du casier judiciaire d'un candidat à l'embauche. Chacune de ces demandes étaient, toujours selon le Canard Enchaîné, facturée 80 euros à Ikea. D'après le journal satirique, une plainte devrait être prochainement déposée au nom de syndiqués du groupe. Pour le moment, cependant, aucun dépôt de plainte n'a pu être confirmé. Du côté de la direction de l'enseigne, qui a entamé des vérifications, on assure vouloir "faire toute la lumière sur cette situation". Si aucun syndicat n'a confirmé les accusations du Canard Enchaîné, tous attendent, parfois quelque peu dubitatifs, d'avoir des éclaircissements de la direction. Dès qu'une plainte sera déposée, l'enquête judiciaire devrait pouvoir permettre de déterminer si certains fichiers policiers, comme celui du Stic, ont été consultés de la manière illicite.

LSA 1/3/2012

Ikea et But ont gagné des parts de marché en 2011

Le leader du marché du meuble vient d'annoncer un gain de 0,8 point de part de marché en 2011 tandis que But affiche un + 0,3 point.

C'est désormais une tradition ! Le jour de la publication des résultats du secteur du meuble, les trois enseignes leaders dégagent leur palmarès 2011. Si Conforama devrait annoncer ses résultats seulement mardi 6 mars, Ikea et But ont publié respectivement aujourd'hui leurs performances.

Le géant suédois, qui compte désormais 29 magasins, affirme avoir gagné +0,8 point en 2011, à 17,8 % confortant ainsi son statut de leader du marché français. " Cette performance résulte d'une stratégie offensive qui se fonde sur trois piliers, l'innovation, l'accessibilité et la création de valeur pour le consommateur", indique t-il dans un communiqué.

But confirme de son côté son dynamisme et annonce, pour la troisième année consécutive un gain de part de marché, de 0,3 point en 2011, à 10,3 %. En 2011, son chiffre d'affaires meuble a progressé de +5,8 % et de +7,8 % à surface constante. Parmi ses projets 2012, le numéro trois du marché prévoit d'ouvrir un concept de proximité en milieu rural (30 à 40 00 habitants) et l'inauguration d'un premier magasin à Paris, un But City qui ouvrira ses portes fin avril avenue de Wagram. A fin 2012, But devrait compter 219 magasins.

La Tribune 1/3/2012

L'enseigne suédoise d'ameublement a « mis en disponibilité » son directeur du risque, Jean-François Paris, qui, selon des e-mails publiés par le "Canard Enchaîné", aurait mené des enquêtes sur des salariés et des clients. Le syndicat Force Ouvrière, qui se dit visé, a déposé plainte, selon nos informations.

L'enseigne suédoise Ikea a annoncé mercredi avoir « mis en disponibilité son directeur risque » après les révélations du "Canard Enchaîné". L'hebdomadaire a publié mercredi 29 février plusieurs des e-mails que son directeur du risque, Jean-François Paris, aurait échangés avec Sûreté International pour obtenir des informations illégales sur ses salariés et clients. Toutes

seraient issus du Stic (Système de traitement des infractions constatées), le plus grand fichier de police.

Parmi leurs échanges figurent des demandes d'informations sur un collaborateur, ancien chômeur qui roule en Porsche Carrera, un autre salarié propriétaire d'une Audi TT et un salarié jugé « anti-mondialiste ». La direction du risque de Ikea France aurait demandé des enquêtes sur des listes de noms, allant jusqu'à 200 personnes, et sur cliente en litige avec l'enseigne sur un montant de 4.000 euros.

Le directeur du risque a-t-il agi seul ?

L'affaire ébranle Ikea, premier distributeur de meubles en France. « Nous travaillons avec honnêteté et transparence quelque soit le pays où nous exerçons nos activités », a fait valoir son service de communication, avant de rappeler combien « le respect de la vie privée des personnes compte parmi les valeurs les plus fortes du Groupe Ikea ». L'enseigne va lancer une enquête « avec l'aide de conseillers indépendants pour obtenir la vision la plus complète de ce qu'il s'est passé dans les faits ».

Alors Jean-François Paris a-t-il agi seul ? Ou à la demande de sa direction ? Ses pratiques étaient-elles monnaie courante ? De quand datent-elles ? Une ancienne salariée de Ikea interrogée par Europe 1 assure avoir été précisément licenciée pour avoir refusé de « fliquer » ses collègues. Force Ouvrière veut savoir. Mais rien n'a réellement stupéfait le syndicat. « Ces révélations ne m'ont pas étonné. Chez Ikea, on a toujours su qu'on était observé. Les services des renseignements généraux venaient régulièrement dans le magasin de Montpellier. Il nous a fallu faire intervenir l'Inspection du travail », rapporte Serge Fernandez, délégué Force Ouvrière

Dépôt de plainte de FO

Mercredi soir, ce syndicat a déposé plainte auprès du procureur de Versailles pour « utilisations frauduleuses de données personnelles », d'après nos informations. « Nous allons aussi constituer une association des victimes des espionnages de Ikea », indique à "latribune.fr" Hocine Redouani, délégué syndical Force Ouvrière, employé du magasin Ikea situé à Parinor (Val d'Oise).

Interrogé en marge d'une conférence de presse consacrée au marché de l'ameublement, l'ancien directeur général de Ikea en France jusqu'en 2010, Jean-Louis Baillot, n'a pas souhaité répondre aux questions relatives à ce scandale. Il n'empêche. L'affaire ébranle tous les salariés. Ce n'est pas la première fois que l'image sociale d'Ikea est écornée.

Il y a deux ans, le géant suédois du meuble qui emploie plus de 10.000 personnes en France avait dû faire face à un très long mouvement de grève porté par des revendications salariales. Du jamais vu chez l'enseigne d'ameublement jusqu'ici connue pour l'exemplarité de son management et son ascenseur social interne.

LSA 2/3/2012 Ikea France, une polémique mais pas de « bad buzz » sur le web

Tout était prêt, la pub tournée, le jeu lancé, les bougies prêtes à être soufflées... Jusqu'à cet article du Canard Enchaîné qui accuse la direction d'avoir espionné ses salariés. Une polémique qui prend d'ailleurs avec de nouvelles révélations et une plainte de salariés qui devrait intervenir ces prochains jours selon un de leurs avocats Me Yassine Yakouti. Pourtant, à la différence des polémiques précédentes concernant les entreprises de distribution (on repense à Cora ou Monoprix), il n'y a pas eu cette fois de tsunami de messages de colères sur

Facebook ou Twitter. A peine quelques messages par-ci, par-là. Si le groupe a à gérer une crise réelle, il est difficile de parler de bad buzz. Pourquoi ? Peut-être que l'enseigne, très fréquentée par les utilisateurs des réseaux sociaux (les 25-35 ans pour faire vite) jouit d'un capital sympathie plus grand que les enseignes alimentaires ? Certainement. Mais aussi parce qu'il s'agit d'une affaire complexe dans laquelle il est question d'espionnage, d'officine... Bref, c'est une information lointaine, presque « désincarnée » car plus politique que sociale. Mais c'est peut-être enfin et surtout parce que cette affaire n'a pas trait au pouvoir d'achat à la différence de la caissière qui avait pris le bon de réduction ou l'employé qui avait récupéré les légumes jetés. Or de manière générale, et avec plus de virulence en temps de crise, ce sont les questions de pouvoir d'achat qui mobilisent le plus. Sur le web comme ailleurs.

Facebook, les marques doivent passer à la « timeline »

Améliorer sa page Facebook c'est désormais possible pour les marques. Le réseau social a annoncé une mise à jour des pages pour passer à la présentation appelée « Timeline » comme les comptes Facebook classiques. Outre les photos plus grandes et la maquette plus esthétique, les nouvelles pages Facebook permettent aussi de communiquer plus d'informations et notamment une frise chronologique. C'est ce qu'ont fait notamment la société de vêtements de luxe Burberry ou encore le club de foot de Manchester United. Sur une colonne, à droite de la page, les utilisateurs de Facebook peuvent cliquer sur les années et ainsi accéder à un grand nombre de photos et d'informations sur l'histoire de la société et du club. Les nouvelles pages permettent aussi aux entreprises d'envoyer des messages à leurs fans et d'accéder à des données à des outils de fréquentation de la page. Cette nouvelle version sera disponible pour tout le monde à partir du 7 mars prochain.

LSA 5/3/2012

Ikea se "dissocie" des pratiques de surveillance illégales

La filiale du groupe suédois d'ameublement indique par communiqué qu'elle "se dissocie totalement des comportements contraires à l'éthique et des pratiques de surveillance illégales." "Les règles déontologiques de l'entreprise sont claires. Nous travaillons avec honnêteté et transparence, quel que soit le pays où nous exerçons nos activités. Le respect de la vie privée des personnes compte parmi les valeurs les plus fortes du Groupe et nous désapprouvons vigoureusement toute pratique portant atteinte à cette valeur". La société ajoute que sur la foi de plusieurs articles sur IKEA France avec des accusations de pratiques de surveillance illégales, "toutes ces allégations sont prises très au sérieux, nous avons d'ores et déjà ouvert une enquête interne qui a été confiée au cabinet SKADDEN ARPS. Le Canard Enchaîné avait révélé que les clients et les salariés faisaient l'objet d'enquêtes sur la base de fichiers de police ou de cartes grises.

LSA La Une le 06 mars 2012

Conforama en recul face à Ikea et But

Thierry Guibert, PDG de Conforama

Au cours de l'année écoulée, Conforama, le n°2 du meuble en France, a vu sa part de marché passer de 14,6 à 14,5 %. Dans le même temps, Ikea, le leader, est passé de 17 à 17,8 %, grâce aux ouvertures de Reims et Avignon, alors que But a évolué de 10 à 10,3 %. « *Nous avons*

maintenu notre position, je dirais qu'on est satisfait, explique à LSA Thierry Guibert, le président directeur général de Conforama. On voit bien le paysage avec Ikea qui a ouvert trois magasins [deux au deuxième semestre 2010 et un en 2011, NDLR]. Cela explique une progression mécanique, et un effet négatif sur nos magasins dans les mêmes zones chalandises. » Sur le premier semestre de l'exercice, de juillet à décembre, le groupe Conforama, tous pays confondus, a réalisé un chiffre d'affaires de 1,679 milliard d'euros, dégageant un revenu opérationnel de 102 millions d'euros (+ 14,6 % par rapport à la même période l'an dernier). « *Nous avons amélioré notre marge brute en levant le pied sur la pression promotionnelle, mais aussi parce que nous sentons les premiers effets des synergies avec Steinhoff en matière de sourcing et de logistique* », conclut Thierry Guibert. Le détail du chiffre d'affaires par pays n'est plus communiqué depuis que Conforama est entré dans le giron de Steinhoff, début 2011 **LSA 7/3/2012**

Un délégué syndical entendu par la police dans l'affaire Ikea

Un délégué syndical FO, représentant son syndicat dans **une plainte sur des surveillances illégales de salariés et de clients d'Ikea**, a été entendu mercredi par la police. Hocine Redouani a été auditionné dans la matinée par la direction des affaires économiques et financières de la police judiciaire de Versailles sur le contenu de sa plainte, a précisé une de ses sources.

"Nous sommes contents de l'avancée de l'enquête et nos clients se tiennent à la disposition de la justice", a déclaré Me Yassine Yacouti, qui défend FO avec Mes Sofiane Hakiki et Christian Charrière-Bournazel. **Une enquête préliminaire a été ouverte jeudi par le parquet de Versailles après le dépôt d'une plainte contre X par l'Union départementale FO de Seine-Saint-Denis pour "utilisation frauduleuse de données personnelles"**. L'enquête a été confiée à la Direction centrale de la police judiciaire (DCPJ). Par ailleurs, la Commission nationale informatique et libertés (Cnil), qui s'était rendue la semaine dernière au siège d'Ikea France à Plaisir (Yvelines), a entendu mercredi un salarié du magasin Ikea de Paris-Nord 2, ont ajouté les sources.

LSA 13/3/2012

Surveillances illégales à Ikea: FO réclame la "suspension" d'autres cadres

Le syndicat FO a réclamé, ce mardi 13 mars, lors d'une entrevue au siège social de Plaisir (Yvelines) entre la direction et les délégués syndicaux centraux, la "suspension" de huit salariés d'Ikea France, la plupart étant des cadres, dont trois directeurs de magasins. Les noms avaient été cités dans un article du Canard Enchaîné paru le 7 mars, selon la même source. "Il y a tout lieu de croire que ces pratiques relèvent davantage d'une politique d'entreprise, que de la seule et unique volonté du directeur de la gestion du risque", a écrit le syndicat dans une déclaration à la direction. "Ces pratiques qui consistent à faire des enquêtes de moralité sur les salariés et les clients sont inacceptables, d'autant qu'elles se sont échelonnées entre 2003 et 2009 touchant ainsi des centaines de personnes. Il est d'ailleurs certain que soutenir ce rythme quasi industriel a dû nécessiter un financement relativement important", ajoute-t-il. Une enquête préliminaire est ouverte à Versailles depuis le 1er mars après la plainte contre X déposée par le syndicat FO, qui soupçonne Ikea France de surveillances illégales de salariés et de clients. La fédération des services CFDT a annoncé lundi avoir également déposé une plainte contre X dans ce dossier. FO soupçonne la filiale française du groupe suédois d'avoir demandé à des enquêteurs privés des renseignements sur les antécédents judiciaires, policiers,

ou les comptes en banque de salariés ou de clients en litige avec le groupe.

DISTRIBUTION - 20/03/2012 | 14:19 - 933 mots

"Conforama ne fera pas la course à la part de marché avec Ikea"

Thierry Guibert, PDG de Conforama et administrateur de Steinhoff International

Propos recueillis par Juliette Garnier

Dans une interview accordée à "l'atribune.fr", Thierry Guibert, PDG de l'ex-filiale de PPR, explique sa stratégie et décrypte le projet de cotation de la branche européenne de sa nouvelle maison-mère, le sud-africain Steinhoff International. Cette opération doit permettre au numéro deux du marché français du meuble derrière Ikéa de se redéployer en France et à l'étranger, notamment en Turquie.

Steinhoff envisage d'introduire en Bourse sa branche européenne, dont dépend Conforama, en 2013. Pourquoi ?

L'activité de distribution de Steinhoff International, par ailleurs fabricant de meubles, représente environ 5 milliards d'euros de chiffre d'affaires, dont 60 % proviennent de Conforama, avec des ventes de 3,135 milliards d'euros en 2011. Ses autres grands marchés sont l'Allemagne, qui génère environ 1 milliard d'euros de chiffre d'affaires et le Royaume-Uni avec une activité d'environ 720 millions d'euros. La branche européenne de Steinhoff International est donc un ensemble consistant.

Trois idées gouvernent ce projet de cotation. Steinhoff International est coté à la bourse de Johannesburg. C'est une société qui regroupe des activités industrielles et de distribution en Afrique et en Europe. Les activités de Steinhoff en Europe n'expriment par conséquent pas tout leur potentiel. Les coter leur permettrait d'être parfaitement lisible aux yeux des investisseurs. D'autre part, le titre de Steinhoff, numéro deux mondial du meuble derrière Ikea, bénéficierait de davantage de liquidité. Et enfin, coter 20 % à 30 % de son capital permettrait de réduire son endettement à néant.

A quel niveau d'investissement pourrait alors prétendre Conforama ?

Conforama investit aujourd'hui 70 millions d'euros par an. C'est 20 % de plus que du temps de **PPR**. Notre projet est de conquérir encore de nouveaux marchés. Nous allons ainsi ouvrir un premier magasin en Turquie à Istanbul, fin 2012. Nous étudions le Brésil, pays dont Ikea est absent et où il nous faudrait exploiter au moins 20 à 30 magasins. Mais, nos investissements sont aujourd'hui de trois types : rénovation des magasins en France, développement à l'international, dont l'Espagne où nous ouvrons quatre magasins par an, et expansion dans le e-commerce où nous espérons réaliser 10 % de nos ventes, contre 4 % aujourd'hui.

Quelles sont les synergies que vous avez développées depuis un an avec les autres activités de Steinhoff ?

Pour être honnête, le développement de synergies avec les autres distributeurs du groupe Steinhoff n'est pas encore intervenu. En revanche, tout est allé très vite pour le sourcing. Auparavant, Conforama disposait de bureaux d'achat dédiés. Dorénavant, c'est la structure Steinhoff International Services, qui assure l'approvisionnement pour tous les distributeurs du groupe. Un quart de l'assortiment de Conforama est achetée par cette structure présente en Asie et en Pologne. Cette proportion pourrait croître. Mais dans la limite du raisonnable. Elle

ne pourrait excéder 40 %. Car je reste très attaché à développer des familles de produits avec nos fournisseurs européens. C'est notamment le cas pour la literie avec Cauval et Cofel, pour les meubles de chambre d'enfants avec Gautier-Lamy et les meubles de rangement avec la société Demeyere. Ce pourcentage ne montera jamais à 80 % ! Car, par exemple, acheter de la literie à l'étranger n'a aucun sens. Son transport coûte cher. Et il y aurait trop à perdre en qualité de produits et de livraison. **Lors du rachat de Conforama par Steinhoff International, le fabricant de canapés et de literie Cauval avait dénoncé le risque de voir Conforama le délaisser. Où en est votre conflit avec Cauval ?**

Je n'ai pas l'habitude de commenter les relations de Conforama avec ses fournisseurs. Mais le sujet est clos. Conforama a tenu ses engagements d'achat avec Cauval.

Faites-vous partie de ceux qui prévoit un ralentissement du marché du meuble en 2012 ?

Je ne suis pas inquiet. Le marché français, dont les ventes sont estimées à 10 milliards d'euros, est structurellement amené à se développer. En Allemagne, les ventes représentent 30 milliards d'euros, en Italie, 15 milliards. En France, le marché ne peut que progresser. Le taux de renouvellement des cuisines, par exemple, est encore faible. Il va croître. Néanmoins, je ne peux être optimiste pour 2012. Il faut s'attendre à des ventes stables, voire en très légère régression.

Vous avez déclaré que Conforama ne devait pas s'épuiser dans une course à la part de marché avec Ikea, leader en France. Quels sont alors vos objectifs en 2012 ? Conforama, c'est du meuble à 50 %. Mais l'enseigne réalise 40 % de ses ventes avec de l'électroménager, de l'informatique et de la hifi et 10 % avec des produits de décoration. Dès lors, faire la course à la part de marché sur le meuble, avec Ikea, n'est pas nécessaire. Il nous faut une croissance rentable, c'est-à-dire ne pas sacrifier notre rentabilité sur l'autel de la croissance de notre part de marché. Nous avons ainsi réduit le nombre de promotions l'an dernier. Reste qu'il est évident que Conforama doit viser 16 % à 17 % de part de marché en France, d'ici quatre à cinq ans (contre 14,5 % en 2011, ndlr).

Pourriez-vous renouer avec le niveau de rentabilité record de l'époque où Conforama était la vache à lait de PPR ?

Nous ne retrouverons pas le niveau de rentabilité des années 90 qui dépassait les 10 % de marge opérationnelle. A cette date, Ikea exploitait quatre magasins en France. C'est aujourd'hui une autre époque. Sur les six derniers mois, notre marge opérationnelle s'est établie à 6,1 %, en hausse de 0,8 point. Notre objectif est de nous assurer une croissance rentable et de dégager le cash-flow nécessaire à notre pérennité.

Qu'en sera-t-il en 2012 ?

Sur douze mois, à fin décembre 2011, notre activité a progressé de 1,4 %. En 2012, notre part de marché va progresser mécaniquement par l'intégration de neuf magasins ex-franchisés But. L'enseigne Conforama exploite 200 magasins en France. Il nous en faudrait 220 à 230. Cette année, nous allons réaliser une dizaine d'ouvertures : deux magasins à Verdun et Châtellerauld, trois à quatre Confo Déco, dont à Bordeaux et Lausanne, quatre points de vente en Espagne et un à Istanbul.

LSA 23 mars 2012

Une cadre d'Ikea en garde à vue pour soupçons d'espionnage

L'adjointe du responsable du département « gestion du risque » du groupe Ikea a été placée en

garde à vue, dans le cadre de soupçons de surveillance illégales de salariés et de clients de l'enseigne. Le responsable du département avait lui-même été mis en garde à vue. La direction qui s'est « dissociée de comportements contraires à l'éthique » ont été mis en disponibilité.

LSA 2 avril 2012

Ikea s'engage à appliquer immédiatement une augmentation collective de 2,3% du salaire de base

Deux syndicats -la CFE-CGC et la CFTC- ont pour l'instant signé le projet d'accord sur les négociations annuelles obligatoires (NAO), la CFDT ne signant pas et FO et la CGT n'ayant pas encore fait connaître leur position. **La direction d'Ikea s'engage à appliquer sa proposition d'augmentation salariale de 2,3% à compter du 1er janvier 2012** pour les cadres et agents de maîtrise encadrants et à partir du 1er avril 2012 pour les agents de maîtrise non encadrants et les employés. A cette augmentation collective de 2,3% s'ajoute la prime d'ancienneté de 1% sur le salaire de base, soit une augmentation salariale moyenne de 3,3%. La direction a décidé aussi d'**avancer le calendrier des NAO 2013 à mai-juin 2012** pour des mesures qui s'appliqueront à partir de septembre prochain. Toutes ces décisions s'inscrivent dans un climat social quelque peu tendu par les affaires d'espionnage révélées fin février. Ikea compte 29 magasins en France et 10 000 collaborateurs.

5/4/2012

IKEA hires translators to clean up product names in Thailand IKEA's practice of bestowing its products with creative Swedish names has helped the furniture giant stand out in many markets around the world, but some of the monikers are proving problematic in Thailand, where a few of the names translate into bad words. The chain has hired translators to pore over the catalog and identify unintentionally racy or crude product names that need to be changed. [The Wall Street Journal](#) (05 Jun.)

6 /4/2012 IKEA TV to come with built-in shopping features

IKEA is set to launch a new line of Uppleva TVs next month that have the ability to let users shop and pay for IKEA products. The remote has a button that lets users click during certain commercials and access online e-commerce pages that let them buy the goods in the ad. [GigaOm/NewTeeVee](#) (6/4)

LSA 6 avril 2012 Ikea fait son mea culpa

Il ne se passe pas une semaine sans qu'il n'y ait une révélation sur le système de surveillance qu'auraient mis en place des cadres d'Ikea. Mercredi dernier, c'est le site Mediapart qui dévoilait qu'un magasin Ikea de la région parisienne aurait "arrosé" de "bons cadeaux" les policiers locaux, auprès desquels un de ses responsables récupérait des informations sur des employés... Bref, la direction monte aujourd'hui au créneau. Dans un entretien accordé à l'AFP, **le directeur général d'Ikea France, Stefan Vanoverbeke, "regrette sincèrement" des "pratiques intolérables et inacceptables"**. La direction doit **présenter aujourd'hui aux syndicats lors d'un comité central d'entreprise un plan d'action en quatre points**. Tout d'abord, une charte éthique partagée avec l'ensemble des collaborateurs va être mise en place ; ensuite, les règles de recrutement seront "clarifiées", à "effet immédiat", le modèle de gouvernance sera révisé pour plus de transparence et enfin, les compétences seront "renforcées pour veiller à l'application des règles internes et externes". Des mesures

"nécessaires" selon le directeur général, dans un groupe qui a doublé de taille en France, passant de 14 à 29 magasins et de 5 à 10 000 salariés...et qui, si l'enquête menée par la justice le confirme, s'est écarté du droit chemin.

26/4/2012 Hero Supermarket to bring IKEA to Indonesia

Indonesian retail company Hero Supermarket has signed an eight-year franchise agreement that will bring IKEA stores to the country beginning in 2014, the companies said Monday. Hero operates about 500 stores under the Giant Hypermarkets, Hero Supermarkets, Starmart and Guardian banners. [The Economic Times \(India\)](#) (26 Mar.), [The Wall Street Journal](#) (26 Mar.)

DISTRIBUTION – La Tribune 24/05/2012

Scandale Ikea: tout a commencé au magasin de Franconville..

Audrey Henrion (Acteurs de l'économie)

Flicage, espionnage, infiltration des salariés... Le scandale qui frappe le géant de la distribution est l'aboutissement d'une longue suite de rebondissements dont l'histoire commence au début de l'année 2010, dans un des ses magasins de la région parisienne.

C'est une drôle d'histoire, l'affaire Ikea. Et en général, les drôles d'histoires n'arrivent jamais complètement par hasard dans les mains des journalistes. Un beau dossier, bien ficelé, avec des copies des mails et des dossiers confidentiels qui atterrissent dans les rédactions. La presse est aussi un moyen utilisé par ceux et celles qui veulent régler des comptes. Il faut donc contextualiser, comprendre à quel objectif cela répond. Non pas pour exonérer les personnes mises en causes de leurs éventuelles responsabilités, (encore faut-il que celles-ci soient prouvées) mais parce qu'à regarder de plus près les organigrammes, les dates et les personnes incriminées, tout n'est pas « raccord ». Les éléments qui accablent Ikea ont été révélés lors d'un étrange concours de circonstances. Tout démarre du magasin de Franconville, où s'est nouée une grande partie de l'intrigue.

1er janvier 2010. Jean-Louis Baillot quitte la direction générale d'Ikea France et devient directeur des opérations commerciales rattaché au siège international à Leiden aux Pays-Bas. Stefan Vanoverbeke, un belge de 45 ans, lui succède. Claire Héry, ex-DRH du groupe prend la codirection du magasin de Franconville (Val d'Oise). Elle est remplacée par Catherine Bendayan nommée directrice générale adjointe en charge des ressources humaines.

Février. Une grève historique éclate dans 23 des 26 magasins. La raison ? La nouvelle équipe de direction suspend l'augmentation collective. Trois négociatrices RH sont séquestrées, le centre de gestion de la paie d'Ikea, à Franconville, est occupé. Débordée, la direction se "replie" à l'hôtel pendant 24 heures. Une personnalité se fait particulièrement remarquer : le délégué FO Adel Amara, l'un des leaders de la grève, salarié du magasin de Franconville. L'homme est apprécié par certains collègues mais craint par d'autres : "Il pouvait être menaçant", confie une déléguée CFE-CGC.

Mars. Adel Amara fait savoir qu'il veut quitter l'entreprise. Une réunion de direction est organisée pour définir les conditions de son départ. Y participent Stefan Vanoverbeke, les deux co-directeurs du magasin de Franconville (Claire Héry et son homologue), Jean-Louis Baillot, Catherine Bendayan et Jean-François Paris, directeur de la gestion du risque. Décision est prise de signer un chèque à Adel Amara en échange de son départ.

Avril. La transaction avec Adel Amara, 300 000 euros pour cinq ans d'ancienneté, est en passe d'être signée chez l'avocat d'Ikea. Douze heures avant la signature, coup de fil de Stefan Vanoverbeke : la transaction est annulée, le siège ne veut pas créer de précédent. Un désaveu tel que le co-directeur de Franconville démissionne sur le champ.

Juillet. La tête du magasin se réorganise. Une nouvelle co-directrice vient épauler Claire Héry, et un responsable sécurité, Brice Savin, prend ses fonctions. Cet ancien officier de police est recruté pour comprendre la manière dont s'organise, dans le magasin, le vol organisé de produits Ikea, (perte estimée : 200 000 euros par an). Brice Savin doit caractériser – ou pas – d'autres faits dénoncés en interne : des salariés signalent le "harcèlement moral" que ferait peser sur eux Adel Amara. Ce même mois est déployée l'infiltration d'une fausse hôtesse de caisse, Aïda, via la société de sécurité privée Groupe **Synergie** Globale (GSG). "Je n'étais absolument pas informée de cet acte, assure Claire Héry. La meilleure preuve est que je l'ai licenciée pour absences injustifiées et retards répétés".

Ce qu'atteste cet ancien salarié de GSG qui a suivi l'opération : "GSG a choisi de faire postuler cette infiltrée. Si la direction avait été au courant, elle l'aurait embauchée sans perdre de temps en procédure de recrutement. Je me souviens du licenciement d'Aïda ; il n'était pas prévu, et lorsqu'ils l'ont su, les chefs de mission n'étaient pas heureux... Oui je crois que cela pourrait accréditer l'idée que les directrices du magasin n'étaient pas au courant de cette infiltration".

Septembre. Une première plainte pour harcèlement moral est déposée par un salarié à l'endroit d'Adel Amara. Encouragés par les avocats d'Ikea, quatre autres salariés, dont Claire Héry, porteront plainte dans les mois suivants. L'une d'elles émane du délégué syndical CFE-CGC, Yann Nedelec, arrêté quelques jours pour dépression. "Je n'en pouvais plus, j'étais à bout, nous confie-t-il. Après moi, Amara s'est attaqué à la direction. Rien ne lui faisait peur." À Brice Savin il disait : "ça sent le poulet". L'une de ces plaintes se conclut par un placement en garde à vue. Pour Ikea, Adel Amara est devenu la personne dont il faut se débarrasser. Des réunions téléphoniques ont lieu tous les mardis à 14 h 30 avec les co-directrices, mais aussi Jean-François Paris et Catherine Bendayan.

Décembre. La procédure de licenciement à l'encontre d'Adel Amara échoue. La tension croît. Les deux co-directrices sont alors protégées par une garde du corps de la société GSG. Claire Héry raconte : "Amara me disait : Claire, "t'es nulle, je vais construire ton départ". Il se couchait devant la porte de mon bureau pour m'empêcher de rentrer".

Septembre 2011. Une nouvelle procédure de licenciement à l'encontre d'Adel Amara échoue. L'inspection du travail, qui doit donner l'autorisation de suspendre le statut de salarié protégé n'a pas répondu au courrier.

30 novembre. Ouverture du procès pour harcèlement contre Adel Amara au Tribunal de grande instance de Pontoise.

25 janvier 2012. L'inspection du travail délivre l'autorisation de licencier Adel Amara. Ce qui est appliqué le jour-même, pour faute grave.

8 février. L'ex-syndicaliste de FO est condamné à six mois de prison avec sursis et à 3 000 euros d'amende. Selon le jugement que nous nous sommes procuré, l'expertise psychiatrique fait état d'une "personnalité psychorigide, mégalomane, dans la toute-puissance, procédurière. Sujet ayant la conviction inébranlable d'être victime d'un complot". A sa décharge, et comme le souligne Sauveur Choquet, membre de FO Paris, "la stratégie d'infiltration n'a pas dû améliorer l'attitude d'Adel Amara. Après l'avoir observé, peut-être se sont-ils donné les

moyens de la rendre border-line”.

29 février. Le Canard Enchaîné puis Mediapart publient les copies des mails mettant en cause plusieurs cadres d’Ikea dont Claire Héry, Jean-Louis Baillot et Jean-François Paris. La direction générale jure, main sur le cœur, qu’elle n’était pas au courant des pratiques d’espionnage et met en disponibilité Jean-François Paris.

1er mars. Le syndicat FO dépose plainte auprès du procureur de Versailles pour “utilisations frauduleuses de données personnelles”. Ouverture d’une enquête préliminaire.

3 mars. Dépôt en préfecture des statuts de l’Association de défense des victimes d’Ikea. La présidente de l’association, Estelle Tagnères, s’avère être la compagne d’Adel Amara, le siège associatif est leur adresse personnelle.

7 mars. Claire Héry et Jean-Louis Baillot sont mis en disponibilité. D’autres noms de cadres apparaissent dans la presse. Au même moment, Ikea riposte aux accusations portées dans la presse et mandate le cabinet d’avocat Skadden pour mettre à jour les responsabilités. “Poudre aux yeux” répondent les syndicats.

26 avril et 2 mai. Entretien préalable de licenciement de Jean-François Paris, Claire Héry et Jean-Louis Baillot. Pour Jean-Paul Barbosa, délégué syndical CFDT et membre du Comité Européen IKEA, “si Ikea pense qu’en “snippant” trois personnes on va passer à autre chose, il se trompe. Il n’est pas possible que la direction générale n’ait pas été au courant”.

18 mai. IKEA France annonce le départ de quatre dirigeants impliqués dans l’affaire des soupçons de surveillance illégale de salariés et de clients.

20 juin prochain. Jugement en appel d’Adel Amara. Son avocat Yassine Yacouti (Adel Amara n’a pas répondu à notre demande d’interview, NDLR), espère qu’à la lumière des faits nouveaux, opportunément révélés par la presse, le jugement sera reporté ou réexaminé en faveur de son client.

Planet retail 14/06/2012

IKEA interested in contactless payment

IKEA in Germany is thinking about participating in the girogo contactless payment trial, Der Handel reports. The Sweden-based home furnishings retailer is reportedly mulling over introducing contactless payment for its restaurants and the sale of food.

24/6/2012 - Wall Street Journal

IKEA Says It Is Ready To Give India a Try

By AMOL SHARMA in New Delhi and JENS HANSEGARD in Stockholm

NEW DELHI—Swedish furniture giant IKEA Group asked India for permission to invest €1.5 billion (\$1.9 billion) in the country to set up 25 stores in coming years, bringing some relief to New Delhi policy makers, as they try to bolster foreign investors' sagging sentiment. IKEA's foray into India, made possible by a policy change last year that allows some retailers to own 100% of their Indian units, could help transform India's largely unorganized \$500 billion retail sector. But the company will face significant challenges, including

meeting the government's mandate that it source 30% of inventory from small-scale local industries.

IKEA, which has 298 stores world-wide and is known for selling affordable, modern furniture and household goods, said that if the Indian government approves its application it could have a significant impact on the country's retail sector, "vastly improving availability of high-quality, low-price products."

The company unveiled its plan after Chief Executive Mikael Ohlsson met with Indian Commerce Minister Anand Sharma on Friday at a conference in St. Petersburg, Russia.

Foreign companies have soured on India over the past year because of concerns about increased regulatory uncertainty, slowing economic growth and stalled proposals to liberalize foreign-ownership caps. Dwindling foreign capital flows have helped push the rupee to record lows against the dollar in recent weeks.

An IKEA investment could help Indian policy makers send a signal to other foreign investors that the country is still an attractive investment destination. "It's more about the image of India and the Indian story," said Arvind Singhal, chairman of consulting firm Technopak Advisors. "This is a very good endorsement."

India's move last fall to allow foreign firms to own 100% of some Indian retail ventures, up from a previous 51%, came after lobbying by IKEA and others who wanted to have full operational control of their businesses in India, rather than working with local joint-venture partners. IKEA's investment would mark the largest by a major foreign company to take advantage of that change.



It could take several years for IKEA to set up its first store, retailing experts say. The company will have competition when it arrives, as India already has at least two big-box housewares retailers. One chain, Lifestyle's Home Centre, which is controlled by Dubai's Landmark Group, has 12 home-furnishing superstores across India that sell most of the same items as IKEA, including sofas, bedroom sets, and kitchen and bathroom items.

While some Indian consumers still prefer to have their furniture custom-made or go to small-time retailers, many appear to be embracing the one-stop-shop concept. Jaspreet Singh Goomer, a 22-year-old accounting student, drove an hour and a half on Saturday from western Delhi to a Home Centre store on the city's eastern outskirts to buy furniture for his family's new house. "You can find anything here: it's all under one roof," he said.

Mr. Goomer said he hasn't heard of IKEA but would welcome more furniture stores.

An Indian Commerce Ministry spokesman said IKEA submitted an application that envisions two stages of investment, a €600 million tranche in the first part, followed by a €900 million infusion later. The company didn't indicate a timetable.

The application seeks permission to engage in import, export, distribution, marketing, and warehousing, and spells out features of standard IKEA stores that would be present in Indian outlets, such as cafés and children's play areas, the Indian ministry spokesman said. It wasn't clear how soon India would respond to the proposal.

IKEA's plans are a vote of confidence for India, but the pressure is still on the government

to carry out economic reforms, analysts say. Gross-domestic-product growth was just 5.3% in the most recent quarter, the lowest level in nine years. A widening trade gap has left the country with a current-account deficit of about 4% of GDP, pressuring it to attract international capital.

"It doesn't take the pressure off the government," Seema Desai, India analyst for the risk-advisory firm Eurasia Group, said of IKEA's investment proposal. "India's balance-of-payments situation requires some more reforms for foreign-direct-investment flows to strengthen."

Lately, the Congress party that heads the current coalition government has struggled to build consensus with allies and opposition parties alike for almost all major initiatives. C. Raj Kumar, dean of the Jindal Global Law School outside New Delhi, said Congress needs to do more to persuade those opponents of the urgency of the required economic fixes. "It is possible to bring together widely divergent parties in the interest of the nation," he said. "There needs to be greater efforts at consensus-building."

Prime Minister Manmohan Singh, speaking to reporters Sunday aboard his official plane, Air India One, urged "all political parties to work with the government to restore the momentum of growth that this country is capable of and which this country needs."

Foreign investors say that while opening the "single brand" retail market to 100% foreign ownership was a positive step, allowing in "multibrand" retailers—such as [Wal-Mart Stores Inc.](#) [WMT +1.31%](#) and [Tesco TSCO.LN -0.77%](#) PLC—would have a much greater economic impact. Such companies currently aren't allowed to hold even minority investments in Indian retail firms.

Backers of letting in Wal-Mart and its peers say they would help modernize India's creaky infrastructure and farm-to-market supply chain. Critics, including one key Congress ally—Mamata Banerjee of the Trinamool Congress party—say those multinational firms would put out of business millions of small-time shopkeepers, who account for more than 90% of retail revenues.

To meet the mandate of buying 30% of its products from small-scale local industries, IKEA would have to help those vendors modernize their infrastructure and manufacturing capabilities to ensure they can offer world-class quality. "The Indian manufacturing base could get a lot more efficient over time," Mr. Singhal said.

In its statement, IKEA said it believes it can "live up to the guidelines and keep within the spirit of the policy" by building upon relationships it already has in India, where it works closely with 70 suppliers of good ranging from textiles to rugs to ceramics for its global stores. In 2011, the firm sourced \$450 million of products from India. IKEA spokeswoman Malin Pettersson-Beckeman said the retailer plans to exceed \$1 billion in purchases from India in the next few years.

But in its statement, the company said the 30% mandate will remain a challenge in coming years and urged the government to be flexible in what it defines as small-enterprise suppliers for purposes of the requirement. IKEA's biggest markets include Germany, the U.S., France and the U.K. Mr. Ohlsson said in an interview last year that high urbanization and growing middle classes in emerging markets make them an important source of revenue growth.

"Consumption in Russia and China is tremendously strong, while countries like Portugal and Spain are struggling," Mr. Ohlsson said in the interview last year. The furniture giant's sales in China have risen by more than 20% this fiscal year. The company has 11 stores in China and plans to open three more annually between now and 2016.

Indeed, some developing countries are fast outpacing European markets in sales growth.

Ms. Pettersson-Beckeman said IKEA will provide more details about its intentions for India operations once the Indian government approves its application.

Write to Amol Sharma at amol.sharma@wsj.com and Jens Hansegard at jens.hansegard@dowjones.com