



Duurzaamheid op een presenteerblaadje

Lack, Billy, Köttbullar, de potloodjes, die handige blauwe zakken,... Ikea, inderdaad! Maar ook duurzaamheid, mooie inspirerende initiatieven en doelstellingen. Waren zij het niet die ons massaal aan de ledlampen hielpen? Die ons doen stilstaan bij het feit dat de plantaardige variant van de balletjes niet alleen even lekker is, maar ook nog slechts 4% ecologische voetafdruk heeft van de traditionele bal?

Ikea ademt duurzaamheid. En ik, ik had het voorrecht hierin ondergedompeld te worden door Alberic Pater, Business Development Manager Ikea Nederland.

De deuk in het pakje boter

Je hoeft geen klusjesman te zijn om die Billy boekenkast in elkaar te krijgen. Net zo min moet je een groene rakker zijn om duurzaam te zijn. Ikea biedt duurzaamheid op een presenteerblaadje: hapklaar, laagdrempelig en betaalbaar.

“Zonnepanelen op alle vestigingen, de plantaardige balletjes: héél mooi allemaal. Maar daarmee maken we niet echt de impact die Ikea wil maken. De deuk in het pakje boter slaan we pas als we circulair zijn. Zoniet blijft het wat rommelen in de marge”, steekt Alberic bevlogen van wal. De toon is gezet. Duurzaamheid is duidelijk geen buzzwoord voor Ikea.

Wereldwijd wil Ikea tegen 2030 volledig circulair zijn. Dit houdt in dat alle producten van bij de start zo ontworpen moeten zijn dat ze kunnen worden hergebruikt, gerepareerd, herverkocht en gerecycleerd met zo weinig mogelijk afval. Ikea producten als raw materials voor de toekomst. Een heel ambitieuze doelstelling. **“Circulair worden betekent dat we veel verder gaan dan onze eigen activiteiten binnen Ikea en onze supply chain. We werken samen met leveranciers, overheden, klanten om dit te bereiken. Ik ben optimistisch over de toekomst. We weten dat we via samenwerkingen, nieuwsgierigheid en ondernemingszin prachtige dingen kunnen**

bereiken. Denk maar aan de samenwerking die we met jullie, Renewi, aangingen.”

Klopt. RetourMatras is een grote stap vooruit in de circulaire economie. Als je weet dat in Nederland alleen al jaarlijks 1,5 miljoen matrassen bij het afval belanden en die tot voor kort werden verbrand, dan is onmiddellijk duidelijk dat hier impact wordt gemaakt.

“Als de grootste verkoper van matrassen in Nederland konden wij dit niet langer met lede ogen aanzien en namen we samen met onze partners Renewi en Retourmatras

onze verantwoordelijkheid. Ingka Investments, de investeringstak van Ikea, maakte de forste opschaling van Retourmatras mogelijk. Onlangs werd de derde fabriek geopend, een vierde weldra, waarmee de totale recyclingcapaciteit van afgedankte matrassen in Nederland de magische grens van 1 miljoen passeert. Als aandeelhouder willen we ook de groei in andere landen steunen en de capaciteit van Retourmatras opschalen. Copy pasten van dit inspirerende duurzaamheidsverhaal dus!” lacht Alberic.

Makkelijkste en meest natuurlijke keuze

Ikea is zich als geen ander bewust van de rol die ze kan vervullen in het promoten van een circulaire en duurzame consumptie. Door haar omvang, schaal, creativiteit, innovatie en kennis kunnen zij mee het verschil maken.

Die spreekwoordelijke deuk in de boter wordt inderdaad geslagen door 100 procent circulair te worden. Retourmatras is een schoolvoorbeeld van recycling. Maar Ikea onderneemt nog andere duurzame initiatieven die in het circulaire plaatje passen. Hergebruik bijvoorbeeld. Eind vorig jaar introduceerden ze een meubelinruilservice waar oude Ikea meubelen kunnen ingeleverd worden.

Wie inlevert, ontvangt een tegoedpasje en het artikel wordt tweedehands verkocht in de koopjeshoek. Reuse, dus.

Repair dan ook?, vraag ik me luidop af. **“Nog te weinig, vind ik persoonlijk,”** zegt Alberic. **“De kosten voor reparatie zijn vaak nog duurder dan een nieuw product. Bovendien vraagt het andere skills van onze medewerkers. Maar, ik kan wel al heel trots melden dat we in 2022 starten met het aanbieden van losse onderdelen. Stel, er breekt een pootje van je bank. Dan koop je een nieuw pootje en kan je de bank zelf herstellen. Voor sommige banken verkopen we ook hoezen. Uitgekeken op het kleurtje van de bank? Een nieuwe hoes biedt je meubel een langer leven!”**

“Duurzaam leven moet de makkelijkste en meest natuurlijke keuze zijn. Wij willen de klant het makkelijk maken om de juiste duurzame keuze te maken. Door juist die keuze zo makkelijk, laagdrempelig, aantrekkelijk en goedkoop mogelijk te maken. Ikea neemt de massa bij de hand, stuurt en inspireert tot duurzaamheid”, besluit Alberic.

Op een presenteerblaadje dus.



“Zonnepanelen op alle vestigingen, de plantaardige balletjes: héél mooi allemaal. Maar daarmee maken we niet echt de impact die Ikea wil maken. De deuk in het pakje boter slaan we pas als we circulair zijn. Zoniet blijft het wat rommelen in de marge”

- Alberic Pater, Ikea

