

# Kasti pa kastei. Ceļā uz ilgtspējīgāku nākotni

**Inga Filipova**

Baltijas Tirdzniecības daļas vadītāja



# Labāka pasaule sākas mājās





# Sabiedrība apzinās klimata pārmaiņu nopietnību

Patērētāji uzskata, ka nopietnākā globālā problēma ir Covid-19, bet nopietnākā vides problēma ir klimata pārmaiņas.

(Globālo problēmu nopietnība, 27 valstu vidējais rādītājs)



GlobeScan 2020. gada pētījums par veselīgu un ilgtspējīgu dzīvesveidu: globālo patērētāju viedoklis.



# No vārdiem pie darbiem

Vēlēšanās kaut ko mainīt un reālas izmaiņas ilgtspējīgākai dzīvei.

**Vēlēšanās kaut ko mainīt  
("Ļoti")**

**39 %**

**Reālas izmaiņas  
("Lielas izmaiņas")**

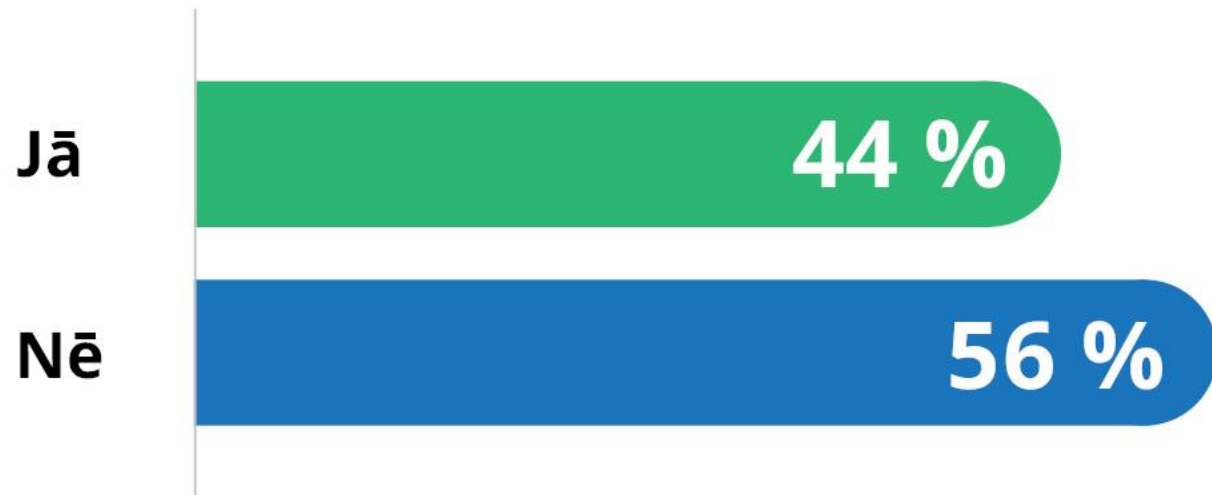
**17 %**

*GlobeScan* 2021. gada pētījums par veselīgu un ilgtspējīgu dzīvesveidu: globālo patērētāju viedoklis Eiropā.



# Cilvēki jūtas vainīgi, ka nedara pietiekami

Vai kādreiz esi izjutis/-usi vainas apziņu par to, ka nedari pietiekami daudz, lai glābtu planētu?



IKEA pētījumu 2021. gada maijā veica izpētes uzņēmums "Norstat".





# Cilvēki sagaida no uzņēmumiem konkrētu nostāju sociālajos jautājumos

Pasaulē kopumā 64 % patērētāju  
iepērkas atbilstoši saviem dzīves  
uzskatiem, viņi izvēlas vai ignorē  
zīmolus atkarībā no to nostājas  
sociālajos jautājumos.

*GlobeScan 2020,  
Edelman Trust Barometer 2020.*





# Cilvēkiem patīk vieglas un maciņam draudzīgas pārmaiņas

*GlobeScan 2020. gada pētījums par veselīgu un ilgtspējīgu dzīvesveidu: globālo patērētāju viedoklis.*





**Mums ir unikāla  
iespēja kļūt par  
pārmaiņu līderiem**





**IKEA vīzija ir radīt  
labāku ikdienas  
dzīvi daudziem**





**IKEA apņemšanās  
ir panākt labvēlīgu  
ietekmi uz cilvēkiem un  
dabu līdz 2030. gadam**





**Labvēlīga  
ietekme uz  
cilvēkiem  
un dabu**

**Veselīgs un  
ilgtspējīgs  
dzīvesveids**

**Ilgtspējīga  
aprite un  
labvēlīga  
ietekme  
uz klimatu**

**Taisnīgums  
un  
vienlīdzība**





# Mūsu ilgtspējīgās apņemšanās

100 % ilgtspējīgas preces līdz 2030. gadam

Tikai atjaunojami vai pārstrādāti materiāli līdz 2030. gadam

Jauni veidi, kā iegādāties, kopt un nodot tālāk preces

Pārmaiņu vadība, apvienojot spēkus ar citiem





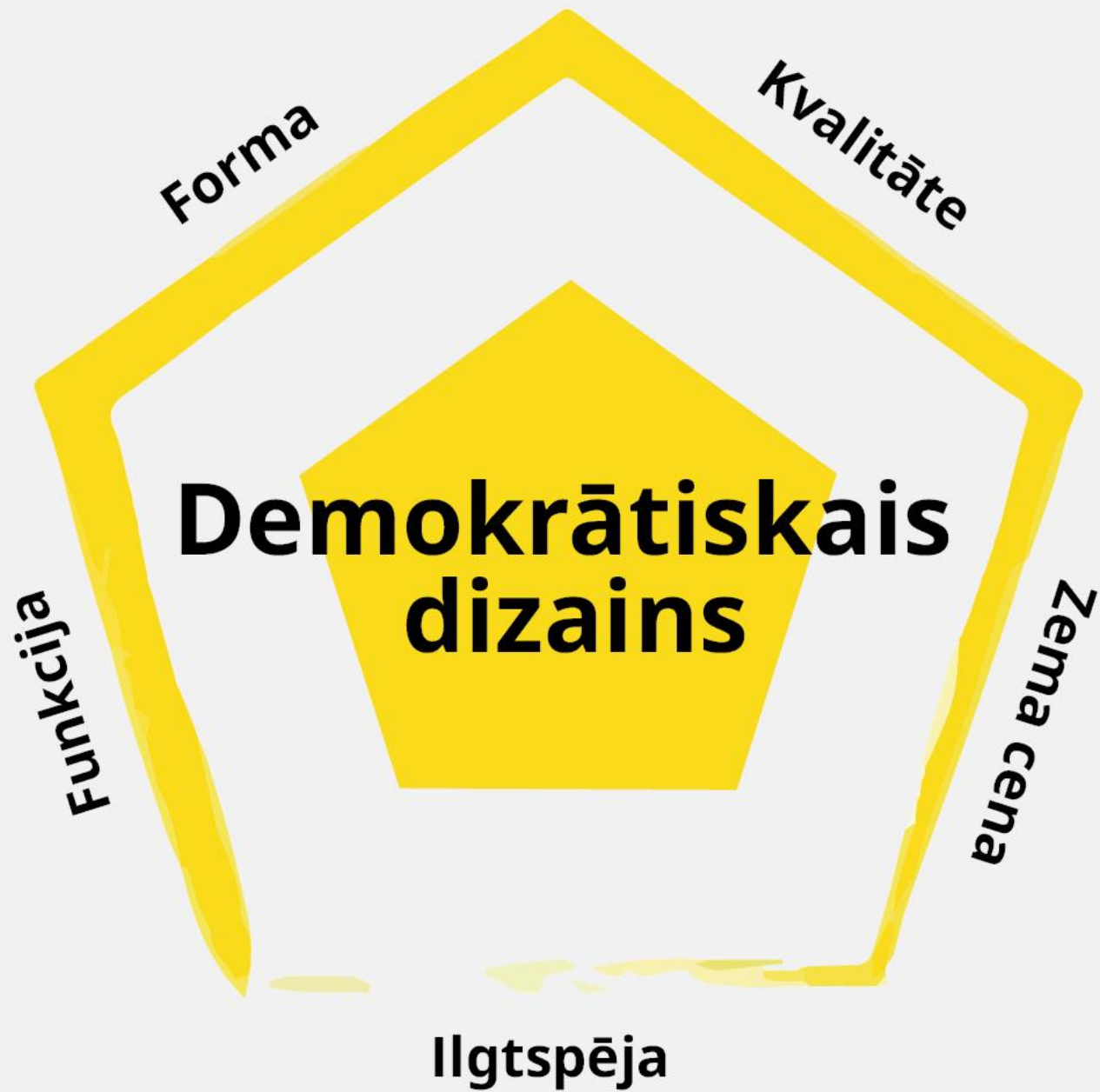


IKEA stratēģija līdz 2025. gadam

## Trīs virzieni:

1. Pieejamība
2. Sasniedzamība
3. Ilgtspēja









**IWAY**

**IKEA atbildīgas rīcības principi**  
preču, pakalpojumu, materiālu  
un komponentu sagādē



# Nepārvadājam gaisu





# Preču atkārtota lietošana





Hej!\*

\* „Hej“ Swēdģu valģonģ LINGVS.

Hej!

Visu nodaļu  
kopģgs darbs







**Ilgtspēja ir daļa no  
uzņēmuma kultūras DNS**



**Nav jāgaida perfekcija**



**Arī maziem soļiem ir nozīme**



**Ik dienas sev vaicājam: ko  
varētu izdarīt labāk?**



**“Vēl ir tik  
daudz darāmā!”  
Gaišā nākotne.**

**Ingvars Kamprads**

