

# Ikea, le seigneur des forêts

Dossier de la rédaction de H2o  
February 2024

Derrière son image familiale et colorée, le géant du meuble suédois, plus gros consommateur de bois au monde, révèle des pratiques bien peu scrupuleuses. Une investigation dédramatisante sur cette firme à l'appât d'immenses profits.

C'est une des enseignes préférées des consommateurs, qui équipe depuis des générations cuisines, salons et chambres d'enfants du monde entier. Depuis sa création en 1943 par le visionnaire mais controversé Ingvar Kamprad, et au fil des innovations - meubles en kit, vente par correspondance, magasins en self-service... -, la petite entreprise a connu une croissance fulgurante, et a accompagné l'entrée de la Suède dans l'ère de la consommation de masse. Aujourd'hui, ce fleuron commercial, qui participe pleinement au rayonnement du pays à l'international, est devenu un mastodonte en expansion continue. Les chiffres donnent le tournis : 422 magasins dans cinquante pays ; près d'un milliard de clients ; 2 000 nouveaux articles au catalogue par an... et un produit-phare, la bibliothèque Billy vendue toutes les cinq secondes. Mais le modèle Ikea a un coût. Pour poursuivre son développement exponentiel et vendre toujours plus de meubles à bas prix, le géant suédois consomme chaque année 20 millions de mètres cubes de bois, soit 1 % des réserves mondiales de ce matériau... Et si la firme vante un approvisionnement responsable et une gestion durable des forêts, la réalité derrière le discours se révèle autrement plus trouble.

Pendant plus d'un an, les journalistes d'investigation Xavier Deleu et Marianne Kerfriden ont remonté la chaîne de production d'Ikea aux quatre coins du globe. Des dernières forêts boréales suédoises aux plantations brésiliennes en passant par la campagne néo-zélandaise et les grands espaces de Pologne ou de Roumanie, le documentaire dévoile les liens entre la multinationale de l'ameublement et l'exploitation intensive et incontrôlée du bois.

Ikea, le seigneur des forêts - ARTE