

The **H&M** *Way*



The H&M way

– att leva med våra värderingar och riktlinjer varje dag



H&M står på en stabil grund. Vår affärsidé "Mode och kvalitet till bästa pris" är lika tydlig som våra värderingar som utgår från en grundläggande respekt för individen och en stark tro på våra medarbetare. Andra gemensamma värderingar är teamwork, enkelhet, entreprenörsanda, kostnadsmedvetenhet, rakt på sak med öppet sinne samt vår strävan efter ständiga förbättringar. Värderingarna sammanfattar "H&M-andan" och är desamma som min farfar Erling Persson grundade H&M på 1947.

I dag är H&M ett globalt företag med miljontals kunder och många tusen medarbetare. Vi på H&M har många olika bakgrunder och nationaliteter, men oavsett vilka vi är delar vi H&M-andan och viljan att ge våra kunder den bästa kombinationen av mode, kvalitet och pris.

Vi finns redan representerade på många marknader världen över, men expanderar i snabb takt och rekryterar nya medarbetare varje dag. Under denna snabba expansion är vår framgång mer beroende av våra medarbetare än någonsin tidigare. Varje dag gör vi affärer och samverkar med världen omkring oss. Vi bedöms utifrån hur vi agerar och hur vi är mot varandra, våra kunder, våra leverantörer och andra intressenter.

Oavsett vilken roll vi har på H&M är det därför viktigt att vi alltid följer våra värderingar och riktlinjer och uppträder som goda förebilder. När vi bedriver vår verksamhet enligt "The H&M way" gör vi det på ett etiskt, ärligt och ansvarsfullt sätt och vi uppmuntrar alltid våra leverantörer och andra affärspartners att följa vårt exempel.

Det här dokumentet innehåller information som många av oss redan känner till. Men då vi alla är ambassadörer för H&M vill jag med "The H&M way" lyfta fram hur viktiga våra värderingar och riktlinjer är eftersom de utgör grunden i allt vi gör. Att leva med dem varje dag är en förutsättning för vår verksamhet och för vår fortsatta framgång.

Karl-Johan Persson
Vd, H&M Hennes & Mauritz AB

Vad vi GÖR

*Vi erbjuder vår affärsidé
– mode och kvalitet till bästa pris –
till alla och vi gör det på ett hållbart sätt
– i dag, i morgon och i framtiden.*



VILKA vi är

Vi är ett värderingsdrivet, kundinriktat, kreativt och ansvarstagande modeföretag. Mode, lekfullhet och högt tempo är viktigt för oss. Vi definieras av "The H&M way" – det vill säga vår kultur, våra värderingar och våra riktlinjer som utgör H&M:s själ och hjärta.

"The H&M way" definierar vilka vi är, vad vi gör och hur vi gör det. Begreppet fungerar som ett ramverk för vårt sätt att vara och arbeta tillsammans och uppmuntra nya talanger allteftersom de växer och utvecklas.

H&M:s historia

– en passion för mode

Ända sedan vår grundare Erling Persson öppnade den första Hennes-butiken 1947 har H&M utgått från att erbjuda kunderna mode och kvalitet till bästa pris.

1947

H&M:s historia börjar när Erling Persson öppnar den första damklädesbutiken, Hennes, i Västerås.

1960-talet

Den första butiken utanför Sverige öppnas i Norge. År 1968 ändras namnet till Hennes & Mauritz när Erling Persson köper jaktbutiken Mauritz Widfors och ett parti herrkläder ingår i köpet. Herr- och barnkläder börjar säljas.

1970-talet

H&M noteras på Stockholmsbörsen. Den första butiken utanför Skandinavien öppnas i London.

1980s–1990-talen

Den globala expansionen tar fart med nya marknader som Tyskland, Nederländerna, Belgien, Österrike, Luxemburg, Finland och Frankrike.

2000-talet

De första butikerna i USA och Spanien öppnas år 2000.

Under åren som följer öppnar H&M butiker på fler europeiska marknader samt i Asien.

2004

Det första designersamarbetet inleds med Karl Lagerfeld. Därefter följer många fler samarbeten. Butik nummer 1 000 öppnas i Boulogne-sur-Mer i närheten av Lille i Frankrike.



2006

H&M:s onlinehandel expanderar kraftigt.

2007–2008

H&M-koncernen utökas med nya varumärken. Den globala ideella stiftelsen H&M Conscious Foundation grundas 2007. Samma år lanseras det nya varumärket COS. År 2008 förvärvar H&M modeföretaget Fabric Scandinavien AB med varumärkena Weekday, Monki och Cheap Monday.

2010

Den första Conscious-kollektionen av mer hållbara material lanseras. Butik nummer 2 000 öppnas i Osaka, Japan.

2011

Belöningsprogrammet H&M Incentive Program, som vänder sig till alla medarbetare, startar.

2013

Det nya varumärket & Other Stories lanseras och H&M:s onlinehandel i USA startar. Butik nummer 3 000 öppnas i Chengdu, Kina.

FRAMTIDEN

Vår spännande resa fortsätter med nya marknader, nya koncept och nya idéer med en ständig passion för mode.

VÅRA VÄRDERINGAR – *H&M-andan*

Våra värderingar är själva kärnan i "The H&M way". Tillsammans med våra policyer och riktlinjer vägleder de oss i vårt dagliga arbete. Våra värderingar kallas "H&M-andan".



Vi tror på människan

Vi är ett team

Ständiga förbättringar

Rakt på sak med öppet sinne

Entreprenörsanda

Enkelhet

Kostnadsmedvetenhet

...hållbarhet är en naturlig del i allt vi gör

Våra värderingar skapar en arbetsplats där beslutsvägarna är korta, där alla kan arbeta tillsammans i högt tempo och lita på varandras kunskap och förmåga.

Värderingarna kanske var och en framstår som självklara men tillsammans skapar de en unik kultur som skiljer sig från många andra företagskulturer.

Våra värderingar – "H&M-andan" – är ett stöd som stärker oss i vårt dagliga arbete.

Hur vi ARBETAR TILLSAMMANS

Våra gemensamma värderingar skapar energi och engagemang och bidrar till att skapa en rolig, kreativ och dynamisk arbetsplats. Lagarbete är viktigt och gör att vi alla kan utvecklas tillsammans. Alla som arbetar hos oss är ambassadörer för H&M – och allt vi gör och säger, internt och externt, har betydelse.



EN INKLUDERANDE ARBETSPLATS

Våra medarbetare är nyckeln till vår framgång. Det är viktigt för oss att skapa en inkluderande arbetsplats där vi respekterar mänskliga rättigheter, och behandlar varandra med integritet, respekt, ödmjukhet och värdighet. Vi stödjer mångfald och jämlikhet och tolererar inte diskriminering eller trakasserier i någon form. Vi förbinder oss att följa gällande arbetsrätts- och anställningslagstiftning överallt där vi är verksamma.

TEAMWORK OCH SYMBOLISKT LEDARSKAP

Teamwork är en viktig del av vår kultur. Vi drivs av våra värderingar och våra ledare ska alltid vara förebilder och det goda exemplet i allt de gör. På H&M handlar ledarskap om inspiration, att ge ansvar, feedback och motivation.

VI UTVECKLAS NÄR DU UTVECKLAS

En rolig, kreativ och dynamisk arbetsplats bidrar till att vi alla kan utvecklas tillsammans. Vi erbjuder många spännande möjligheter genom intern rekrytering och arbetsrotation. På H&M är alla talanger och alla gör skillnad.

HÄLSA OCH SÄKERHET PÅ ARBETSPLATSEN

Vi vill ha en god och hållbar arbetsmiljö i hela vår verksamhet. Det omfattar bland annat att upprätthålla en trygg arbetsplats för alla medarbetare. Vi vidtar förebyggande åtgärder för att främja våra medarbetares säkerhet och hälsa på lång sikt. Vi uppmuntrar våra medarbetare att rapportera olyckor och incidenter eller osäkra arbetsförhållanden till sina ledare.

ÖPPNA DÖRRAR OCH HÖGT I TAK

På H&M värdesätts och respekteras öppen och ärlig kommunikation mellan alla medarbetare. Alla medarbetare ska öppet kunna diskutera alla arbetsrelaterade frågor direkt med sina ledare. Att gå ”rakt på sak” är en av våra gemensamma värderingar.

MEDARBETARRELATIONER

Vi vill vara en god arbetsgivare i alla avseenden. Vi respekterar våra medarbetares rätt att bilda eller ansluta sig till valfria arbetstagarorganisationer. Vi strävar hela tiden efter att ha bra relationer med såväl medarbetare som med de organisationer och föreningar som representerar dem.

VI STRÄVAR EFTER HÅLLBARHET I ALLT VI GÖR

Hållbarhet är viktigt även ur affärssynpunkt och en integrerad del i allt vi gör. Hållbarhetsarbetet är ett ansvar som alla våra medarbetare delar och där allas insatser gör skillnad.

VI AGERAR ETISKT OCH TOLERERAR INTE KORRUPTION I NÅGON FORM

Vi har en god etisk kompass, strikta etiska riktlinjer och nolltolerans mot alla former av bestickning, mutor och korruption. Detta beskrivs tydligt i vårt antikorrupsionsprogram och i vår Code of Ethics.

VI VÄRNAR OM INTEGRITET, SKYDD AV KONFIDENTIELL INFORMATION OCH AFFÄRSTILLGÅNGAR

Information om H&M är en värdefull tillgång och konkurrensfördel. Därför är det ytterst viktigt att vi skyddar all konfidentiell information om företaget. Det omfattar allt från avtal till prisuppgifter, från expansions- till marknadsföringsplaner, från ekonomisk information till personuppgifter. Det innebär att vi skyddar information om både medarbetare och kunder och visar respekt för allas integritet.

Teamwork är viktigt för oss och en del av vår kultur ””



Hur vi hanterar våra EXTERNNA RELATIONER

– H&M:s affärsriktlinjer*

Varje dag samspelar vi med världen omkring oss i olika situationer. Vi på H&M representerar H&M varje dag i mötet med kunder, leverantörer, affärspartners och andra intressenter i olika situationer. Genom "The H&M Way", som omfattar våra värderingar och riktlinjer, säkerställer vi att vår kommunikation präglas av öppenhet, objektivitet, tillgänglighet och lyhördhet.

Med våra kunder

VI DRIVS AV ATT ALLTID ERBJUDA VÅRA KUNDER MODE OCH KVALITET TILL BÄSTA PRIS

Kunden står alltid i centrum – hela vägen från designprocessen till shoppingupplevelsen. Att förstå och uppfylla kundens behov är grunden i allt vi gör. Vi erbjuder mode med fokus på hög kvalitet för alla. Vi vill att våra kunder ska känna sig säkra på att de får det bästa erbjudandet när de handlar på H&M.

KUNDERNA ÄR VÅRA VÄNNER

Varje gång vi möter en kund i butik eller online påverkar vi kundens upplevelse av H&M. Det är naturligt för oss att alltid vara vänliga och artiga mot våra kunder. Om en kund undrar över något gör vi alltid vårt bästa för att hjälpa till, oavsett vad vi är upptagna med.



VI ERBJUDER HÅLLBART MODE MED FOKUS PÅ KVALITET

Vi strävar efter att erbjuda produkter som designas, tillverkas och transporteras med hänsyn till mänskliga rättigheter och med så liten negativ miljöpåverkan som möjligt. Våra produkter ska vara slitstarka, användarvänliga, välgjorda, välskurna, säkra och fria från skadliga kemikalier. Våra kunder är kunniga och kräver både bästa design och kvalitet. De blir dessutom alltmer medvetna om hållbarhet. Det gäller allt från vilka material som används till hur stora koldioxidutsläpp som görs när produkterna transporteras till butikerna. Vi strävar alltid efter att ligga i framkant när det gäller hållbarhetsarbete. Hållbarhet är en viktig del av vårt erbjudande till kunden.

ATT BERÄTTA OM VÅRT HÅLLBARHETSARBETE

Hållbarhet är en naturlig del i allt vi gör, och det är viktigt att vi i allt större utsträckning informerar kunderna om vårt hållbarhetsarbete.

VÅR MARKNADSFÖRING ÄR EN INBJUDAN TILL ATT HANDLA HOS OSS

Vi använder en blandning av olika externa marknadsföringskanaler för att nå våra kunder. De viktigaste kanalerna är våra butiker och hm.com – med alla våra inspirerande skyltfönster. H&M:s marknadsföring är inflytelserik och det är viktigt för oss att förmedla en positiv bild och att modellerna framställer vårt mode på ett bra och hälsosamt sätt. H&M:s reklambilder syftar inte till att förmedla ett visst ideal, utan snarare en rad olika stilar, attityder och etniska bakgrunder. Kampanjerna utformas för att vara enkla och tydliga, och för att informera kunderna om nyheter på H&M. All vår marknadsföring är en del av shoppingupplevelsen och är där för att vägleda och inspirera kunderna att hitta sitt mode både i butik och online. H&M:s marknadsföringsaktiviteter uppfyller ICC:s** riktlinjer för reklam.

*Riktlinjerna gäller hela koncernen, men kan behöva anpassas efter lokala/nationella lagar och regler. **International Chamber of Commerce.

Med våra leverantörer och andra affärspartners

H&M äger inga fabriker, utan köper istället produkter från leverantörer främst i Asien och Europa. Vi har ett nära samarbete med våra leverantörer för att säkerställa att de uppfyller H&M:s uppförandekod, vår Code of Ethics och våra strikta kemikalierestriktioner.

LÅNGSIKTIGA SAMARBETEN MED VÅRA LEVERANTÖRER

Välskötta affärsförbindelser har potential att utvecklas till framgångsrika strategiska samarbeten, som bygger på gemensamma risker och belöningar. Vår uppfattning är att sådana samarbeten i förlängningen leder till hållbara och goda affärsresultat.

TILLSAMMANS STRÄVAR VI EFTER HÅLLBAR UTVECKLING

På H&M är vi stolta över att bedriva hela vår verksamhet på ett ekonomiskt, socialt och miljömässigt hållbart sätt. Vi förväntar oss att alla våra leverantörer och affärspartners agerar på samma sätt och arbetar för att främja en hållbar affärsverksamhet hos våra partners i hela leverantörskedjan.

RESPEKT FÖR MÄNSKLIGA RÄTTIGHETER I HELA VÅR VERKSAMHET

Det är viktigt för oss att respektera och ta hänsyn till mänskliga rättigheter i vår verksamhet, i vår leverantörskedja och i de samhällen där vi verkar. Vi arbetar mot kränkningar av mänskliga rättigheter och använder vårt inflytande för att främja respekt för mänskliga rättigheter.



VI TOLERERAR INTE KORRUPTION OCH AGERAR ALLTID MED INTEGRITET

Ärlighet, integritet, rent spel och transparens är viktigt i kontakten med alla våra leverantörer, intressenter och affärspartners. Vi tolererar inte korruption i någon form. Våra medarbetare och leverantörer/affärspartners förbinder sig att uppfylla en strikt antikorrupsionspolicy – vår Code of Ethics. Vi är fast beslutna att säkerställa att alla krav i policyn uppfylls. Det gäller alla H&M:s affärsförbindelser och transaktioner i samtliga länder där vi och våra leverantörer/affärspartners är verksamma. H&M informerar, instruerar och utbildar både medarbetare och leverantörer/affärspartners för att säkerställa att de uppfyller kraven i vår Code of Ethics.

VI HAR EN STRIKT POLICY MOT GÅVOR

Vi accepterar inte någon form av förmåner, vilket inkluderar gåvor oavsett värde eller storlek. På så sätt är vår policy tydlig, lätt att följa och ger inget utrymme för personliga tolkningar.

VI FÖLJER ALLTID LAGEN

Vi följer alla gällande lagkrav och relevanta internationella konventioner. Vi arbetar för att säkerställa att vi alltid agerar på ett hållbart och etiskt sätt.

VI UNDVIKER INTRESSEKONFLIKTER

Intressekonflikter kan uppstå när personliga intressen konkurrerar med eller strider mot H&M:s intressen. Därför bör våra medarbetare undvika alla befintliga eller tänkbara situationer som kan medföra intressekonflikter. Det är mycket viktigt att vi strävar efter att ha ett öppet och ärligt arbetsklimat och att alla våra medarbetare känner att de kan informera om eventuella intressekonflikter.

Med våra andra intressenter

På H&M strävar vi efter att ha en öppen och nära relation till våra olika intressenter. Det omfattar, bland annat, att tillhandahålla relevant information för att uppfylla intressenternas behov.

DIALOG OCH SAMARBETE MED VÅRA INTRESSENER

Vi arbetar med att upprätthålla en regelbunden dialog med våra intressenter, som leverantörer och deras anställda, samhällena omkring oss, ideella organisationer (NGO:s), mellanstatliga organisationer (IGO:s), beslutsfattare, branschkollegor och aktieägare. Det sker dagligen genom möten, skräddarsydda undersökningar och aktivt deltagande i olika initiativ med flertalet intressenter inblandade. Vi eftersträvar aktivt samarbete med våra intressenter för att utveckla H&M både som företag och som samhällsmedborgare.

GENOM LÅNGSIKTIG HÖG LÖNSAMHET KAN VI TA VÅRT ANSVAR

Långsiktig hög lönsamhet är viktigt för både H&M och våra aktieägare. En stark soliditet bidrar till stabilitet och säkerhet för våra medarbetare. Vinst och en stark finansiell ställning gör det möjligt för oss att uppfylla våra åtaganden.

KORREKT, NEUTRAL OCH ÖPPEN KOMMUNIKATION

H&M är noterat på Stockholmsbörsen sedan 1974 och vi för en öppen dialog med aktiemarknad och media. Vår kommunikation är korrekt, neutral och öppen och uppfyller gällande lagar



och regler. Vi följer de informationsregler som har utfärdats av NASDAQ OMX Stockholm. Varje år ger vi ut en hållbarhetsrapport. Vi använder GRI:s (Global Reporting Initiative) riktlinjer för hållbarhetsrapporter, Apparel and Footwear Sector Supplement samt FN:s Global Compact-principer som utgångspunkt för vår hållbarhetsrapport.

RÄTTVIS KONKURRENS

På H&M arbetar vi för fri konkurrens och vi bedriver vår verksamhet i ett öppet marknadsklimat.

INSIDERHANDEL

Medarbetare som har insiderinformation om H&M ska agera enligt alla gällande regler för insiderhandel. Insiderinformation är konfidentiell information som sannolikt kan påverka priset på H&M-aktien.

VI UPPFYLLER ALLTID SKATTEÅTAGANDEN

H&M följer alltid rådande skattelagstiftning och vår skattepolicy avspeglar alltid vår verksamhet. H&M betalar skatt i tid. Vi tillhandahåller utan dröjsmål all relevant information på begäran

av skattemyndigheter för att exakt fastställa företagets skattskyldighet. H&M:s modell för interna transaktioner uppfyller OECD:s riktlinjer för internprissättning.

POLITIK

H&M ger inga ekonomiska bidrag till enskilda politiker eller politiska partier.

H&M CONSCIOUS FOUNDATION – POSITIV PÅVERKAN

Utöver H&M:s arbete för hållbarhet i värdekedjan fokuserar stiftelsen H&M Conscious Foundation på att åstadkomma positiv förändring i vardagen för människor och samhällen i länder där H&M verkar. Detta görs i samarbete med olika globala och lokala organisationer.

HIP – H&M *Incentive Program*

– för alla på H&M


Våra medarbetare är nyckeln till vår framgång. För att visa vår uppskattning skapade H&M under 2011 H&M Incentive Program, ett belöningsprogram som belönar medarbetarnas dagliga och långsiktiga engagemang. Programmet initierades genom en stor donation från familjen Stefan Persson.

Medarbetare som har arbetat i fem år på H&M får ta del av H&M-koncernens vinstökning. Ju längre man har varit anställd, desto mer får man. Det är en enkel princip som är densamma för alla i H&M-koncernen, oavsett land, tjänst, lön och anställningstyp.

Utbetalningarna från HIP börjar vid 62 års ålder. Medarbetarna kan dock välja att få sin första utbetalning från och med 2021 när de har varit anställda hos H&M i tio år.

Mer information om HIP med utbetalningsprognoser finns på hm.com och på H&M Inside.





Kompletterande koder och policyer:

Code of Ethics

Policy för mänskliga rättigheter

Diskriminerings- och jämlikhetspolicy

Mångfaldspolicy

Policy mot trakasserier

Säkerhetspolicy

Klagomålshantering

Drog- och alkoholpolicy

Whistleblowingpolicy

Uppförandekod

Hållbarhetspolicy

Produktpolicy

Inköpspolicy

Finanspolicy

Skattepolicy

Kommunikationspolicy

Reklampolicy

Eftersom vi ständigt ser över våra policyer och riktlinjer för att se till att de är aktuella kan ovanstående policyer ändras eller byta namn över tid.

Riktlinjerna och policyerna gäller hela koncernen, men kan behöva anpassas efter lokala/nationella lagar och regler.