

Grupa H&M

Oświadczenie na temat zrównoważonego rozwoju w 2022 roku

O niniejszym raporcie

Jasna i przejrzysta sprawozdawczość ma kluczowe znaczenie w świetle kwestii odpowiedzialności i monitorowania osiągniętych przez nas wyników. Aby spełnić różne potrzeby naszych interesariuszy oraz zapewnić zgodność z wymaganiami w zakresie sprawozdawczości zewnętrznej, nieprzerwanie prowadzimy działania zmierzające do integracji sprawozdawczości finansowej i sprawozdawczości dotyczącej zrównoważonego rozwoju, poszerzając zakres informacji ujawnianych za pośrednictwem różnych kanałów. Zobowiązujemy się do ujawniania informacji o osiągniętych postępach w oparciu o dostępne dane oraz do corocznego zwiększania zakresu ujawniania informacji.

Nasze sprawozdania obejmują kilka elementów:

— **Raport roczny oraz dotyczący zrównoważonego rozwoju** przedstawia nasze wyniki finansowe i niefinansowe w 2022 roku, obejmuje to obowiązkowy **Raport w sprawie Zrównoważonego Rozwoju**.

— Niniejsze **Oświadczenie na temat zrównoważonego rozwoju** uzupełnia Raport roczny oraz dotyczący zrównoważonego rozwoju poprzez przekazanie dodatkowych informacji szczegółowych na temat naszej strategii, celów, danych dotyczących wyników i polityki.

— Specjalna sekcja na naszej **stronie internetowej** poświęcona zrównoważonemu rozwojowi przedstawia szeroki zakres informacji na najważniejsze tematy, w tym nasze strategię i politykę.

— **Zewnętrzne ramowe wymagania w zakresie sprawozdawczości**, w tym indeksy Global Reporting Initiative i UN Guiding Principles, są dostępne na naszej stronie internetowej, a raporty Grupy Zadaniowej ds. ujawniania informacji finansowych związanych z ochroną klimatu w naszym Raporcie rocznym oraz dotyczącym zrównoważonego rozwoju.

— Dokument **Oświadczenie w sprawie współczesnego niewolnictwa** szczegółowo prezentuje nasze podejście do kwestii praw człowieka i należytej staranności w działalności biznesowej i łańcuchu dostaw ze szczególnym uwzględnieniem **Istotnych kwestii dotyczących praw człowieka**.

Niniejszy Raport obejmuje rok obrotowy od 1 grudnia 2021 r. do 30 listopada 2022 r. Więcej informacji na temat raportu można znaleźć na stronie [Jak sporządzamy raporty](#).

H&M Foundation (Fundacja H&M)

H&M Foundation (Fundacja H&M) jest finansowana przez rodzinę Stefana Perssona, założycieli i głównych właścicieli Grupy H&M. Fundacja wykorzystuje swoje zasoby do wyszukiwania, finansowania i wspierania przełomowych innowacji, inicjatyw i badań, umożliwiających tworzenie przemysłu tekstylnego sprzyjającego społecznej inkluzji i przyjaznego dla planety.

Od 2013 roku rodzina przekazała Fundacji 1,7 mld SEK (219 mln USD).

Więcej informacji można znaleźć na stronie hmfoundation.com, a w niniejszym Raporcie można zapoznać się z opisem niektórych działań Fundacji.



Spis treści

Nasze podejście do zrównoważonego rozwoju

Nasze podejście do zrównoważonego rozwoju	4
Kluczowa polityka i normy dotyczące zrównoważonego rozwoju.....	7
Niektóre wyrażenia i zwroty wykorzystane w niniejszym raporcie	8

Jak przewoźnimy zmianom

Jak przewoźnimy zmianom	10
Nasze podejście do przewożenia zmianom	11
Transparentność	13
Współpraca z naszymi interesariuszami w zakresie pozytywnych zmian.....	15

Najważniejsze wydarzenia 2022

Najważniejsze wyniki w 2022	18
Oceny zewnętrzne	19
Wskaźniki KPI dla cyrkularności, klimatu i natury.....	20
Wskaźniki KPI dla sprawiedliwości i równości	21

Cyrkularność, klimat i natura

Nasze podejście do cyrkularności, klimatu i natury	23
----------------------------------------------------------	----

Klimat i natura

Klimat	26
Bioróżnorodność i użytkowanie gruntów	32
Woda.....	35
Środki chemiczne	38

Wykorzystanie zasobów i oddziaływanie cyrkularne

Przejście do ekosystemu cyrkularnego.....	40
-------------------------------------------	----

Produkty cyrkularne

— Projektowanie i planowanie asortymentu	41
— Dobór materiałów	43
— Mikrowłókna	48

Cyrkularny łańcuch dostaw

— Optymalizacja i recykulacja zasobów	49
— Procesy produkcyjne	52

Cyrkularna podróż klienta

— Poszerzanie stosowania zorientowanych na klienta biznesowych modeli cyrkularnych.....	53
-----------------------------------------------------------------------------------------	----

Cyrkularne produkty, łańcuch dostaw i podróż klienta

— Opakowania	56
— Sklepy, centra dystrybucji i biura	58

Sprawiedliwość i równość

Nasze podejście do sprawiedliwości i równości.....	61
Poszanowanie i wspieranie praw człowieka.....	63
Spoleczne oddziaływanie w działalności własnej	65
Spoleczne oddziaływanie w łańcuchu dostaw naszej produkcji	67
Inkluzywność i różnorodność	77
Zaangażowanie społeczności.....	81

Zarządzanie łańcuchem dostaw

Zarządzanie łańcuchem dostaw	82
------------------------------------	----

Jak sporządzamy raporty

Jak sporządzamy raporty	86
Wyznaczone przez ONZ cele zrównoważonego rozwoju.....	87
Sprawozdanie audytora	88

Nasze podejście do zrównoważonego rozwoju

Aby sprostać potrzebom klientów w czasach narastających problemów środowiskowych i nierówności społecznych, nasza branża nieustannie ewoluje. Dostrzegamy zarówno pozytywne, jak i negatywne oddziaływanie naszej branży i naszej własnej działalności, a także potrzebę i możliwość wprowadzenia nowych sposobów pracy, chroniących prawa obecnych i przyszłych pokoleń.

Pragniemy rozwijać działalność biznesową w sposób, który oddziela wzrost finansowy i rentowność od wykorzystania ograniczonych zasobów naturalnych tak, by na naszej planecie mogły rozwijać się zarówno przedsiębiorstwa, jak i społeczeństwa. Na początku 2022 roku nasze plany zyskały dodatkowy wymiar dzięki przyjęciu celu podwojenia sprzedaży do 2030 roku (w porównaniu z poziomem wyjściowym z 2021 roku) przy jednoczesnym zmniejszeniu o połowę emisji gazów cieplarnianych¹ (w porównaniu z poziomem wyjściowym 2019 roku).

Zjednoczeni wokół naszych wartości, chcemy przewodzić zmiany i dążyć do utworzenia cyrkularnej branży modowej o zerowym oddziaływaniu netto na klimat przy jednoczesnym poszanowaniu przez naszą firmę zasad równego i sprawiedliwego traktowania. Nie ustaniemy w wysiłkach na rzecz słuchania naszych klientów i pozostawania z nimi w kontakcie, inspirując ich przy tym do rozwoju nowego rodzaju relacji z branżą mody.

Przeczytaj więcej o tym, jak staramy się przewodzić zmiany, o naszym podejściu do cyrkularności, klimatu i natury oraz o sprawiedliwym i równym traktowaniu na początku odpowiednich rozdziałów. Przeczytaj nasz Raport roczny oraz dotyczący zrównoważonego rozwoju, aby poznać więcej szczegółów na temat naszej strategii biznesowej oraz informacji na temat zarządzania zrównoważonym rozwojem w naszej firmie.

Nasza strategia zrównoważonego rozwoju

Nasza wizja zakłada przewodzenie zmianom i dążenie do osiągnięcia cyrkularnej branży modowej o zerowym wpływie netto na klimat przy poszanowaniu przez naszą firmę zasad równego i sprawiedliwego traktowania.



PRZEWODZENIE ZMIANOM

- Rozwój innowacji
- Promowanie przejrzystości
- Współpraca na rzecz postępu w całej branży



WSPIERANIE CYRKULARNEJ BRANŻY MODOWEJ O ZEROWYM WPŁYWIE NETTO NA KLIMAT

- Uzyskanie do 2040 roku zerowej emisji netto w całym, globalnym łańcuchu wartości
- Wywieranie pozytywnego wpływu netto na bioróżnorodność
- Rozwój cyrkularnych modeli i systemów dla naszych produktów, łańcuchów dostaw i klienta



FIRMA DBAJĄCA O RÓWNE I SPRAWIEDLIWE TRAKTOWANIE

- Pozytywne oddziaływanie na wszystkich uczestników łańcucha wartości
- Wspieranie i promowanie inkluzywności i różnorodności we wszystkich naszych działaniach

PRZESTRZEGANIE PRAW CZŁOWIEKA

1) Uwzględnia emisję gazów cieplarnianych z zakresów 1, 2 i 3, nie uwzględnia emisji pośrednich wynikających z użytkowania sprzedanych produktów.

Przesłanie od Prezeski Grupy H&M

Spoglądając wstecz na rok 2022, widzimy przede wszystkim, że był to rok burzliwy i naznaczony wojną w Ukrainie. Łączymy się myślami ze wszystkimi ludźmi dotkniętymi tym wyniszczającym kryzysem humanitarnym.

W tych trudnych czasach zrównoważony rozwój pozostaje integralną częścią naszej działalności. Jest to widoczne w przyjętym przez nas celu na rok 2030, który łączy wzrost firmy i zwiększenie zysku z redukcją emisji gazów cieplarnianych.

Aby osiągnąć nasze ambitne cele klimatyczne, zakładające zmniejszenie przez Grupę emisji gazów cieplarnianych o połowę do 2030 roku oraz osiągnięcie zerowej emisji netto do 2040 roku, inwestujemy w projekty mające na celu obniżenie emisji gazów cieplarnianych w całym łańcuchu wartości.

W ciągu roku nasze cele klimatyczne zostały zweryfikowane przez inicjatywę Science Based Targets, a my powołaliśmy inicjatywę Green Fashion Initiative, której celem jest wspieranie naszych dostawców w zastępowaniu paliw kopalnych innymi rozwiązaniami. Podpisaliśmy również długoterminowe umowy na zakup energii wirtualnej w Wielkiej Brytanii, Szwecji i Hiszpanii, co ma na celu pokrycie naszego zapotrzebowania na energię elektryczną na większości rynków europejskich. Nie tylko pomoże to nam w obniżeniu emisji gazów cieplarnianych, ale także zabezpieczy poziom cen energii, jaka kupujemy.

Inwestycje w zrównoważony rozwój zapewniają Grupie długoterminowe możliwości biznesowe. Zawierając strategiczne partnerstwa z kluczowymi interesariuszami i stawiając na rozwój w różnych innowacyjnych dziedzinach, takich jak biznesowe modele cyrkularne, możemy rozwijać działalność w sposób, który oddziela wzrost finansowy i rentowność od wykorzystania ograniczonych zasobów naturalnych. Dobrym przykładem jest tu posiadana przez nas w większości, szybko rozwijająca się firma Sellpy, jeden z największych graczy na rynku odzieży używanej w Europie.

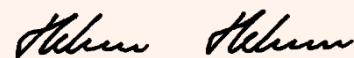
Nasza działalność inwestycyjna pod nazwą CO:LAB jest dla nas sposobem badania nowych modeli biznesowych, a oprócz Sellpy zainwestowaliśmy między innymi w takie startupy jak Smartex, Renewcell i Colorifix. Nasze inwestycje przyczyniły się w krótkim czasie do powstania znaczącej wartości, np. poprzez polepszenie wrażeń klientów oraz zapewnienie możliwości zwiększania zastosowania i komercjalizacji materiałów pochodzących z recyklingu oraz z bardziej zrównoważonych źródeł.

Będziemy nadal inwestować w nowe modele biznesowe, materiały i technologie, uwalniające potencjał wprowadzania radykalnych zmian w sposobie tworzenia i przerabiania produktów oraz w sposobie używania odzieży przez naszych klientów. Oprócz tych działań, będziemy nadal działać na rzecz podwyższenia poziomu transparentności, co ma na celu umożliwienie klientom podejmowania bardziej świadomych decyzji dotyczących kupowanych produktów.

Z kolei patrząc w przyszłość koncentrujemy się przede wszystkim na dalszych inwestycjach i rozwoju oferty dla klientów oraz rozwoju doświadczeń związanych z naszymi unikalnymi markami, by móc dalej zaspokajać, a nawet wyprzedzać, potrzeby i oczekiwania naszych klientów.

W tych burzliwych czasach Grupa H&M czerpie siłę z szerokiej bazy klientów, solidnej pozycji finansowej, zdrowych przepływów pieniężnych i dobrze zbilansowanych zapasów. Wszystko to jest efektem zaangażowania pracowników z całego świata, którzy niezmiennie budują naszą firmę, są wierni naszym wartościom i są gwarancją tego, że zawsze realizujemy ideę biznesową, pod którą nasz założyciel położył podwaliny już 75 lat temu – dostarczać naszym klientom bezkonkurencyjną wartość dzięki najlepszemu połączeniu mody, jakości, ceny i zrównoważonego rozwoju.

**Helena Helmersson,
Prezesa, Grupa H&M**



Przesłanie Dyrektora ds. Zrównoważonego Rozwoju

Gdy świat stoi w obliczu ciągłych, wielkich wyzwań społecznych, środowiskowych i ekonomicznych, działania, jakie podejmujemy w celu wprowadzenia zmian w naszej działalności biznesowej i branży są ważniejsze niż kiedykolwiek wcześniej. Wraz z innymi podmiotami w branży, musimy, zgodnie z ustaleniami nauki, wzmacniać wysiłki zmierzające do ograniczenia emisji oraz uniezależnić wzrost biznesu od wykorzystywania zasobów. W działaniach tych nie możemy również zapomnieć o sprawiedliwej transformacji na rzecz milionów ludzi, których utrzymanie zależy od przemysłu odzieżowego. Jestem przekonana, że marki stawiające na zrównoważony rozwój będą lepiej przygotowane do zmieniających się wymagań klientów i ustawodawców, a także wniosą istotny wkład w lepszą przyszłość ludzi i planety, na której wszyscy żyjemy.

Cel zerowej emisji gazów cieplarnianych netto do 2040 roku, zweryfikowany przez inicjatywę Science Based Targets, stanowi centralną część naszych działań i fundament strategii zrównoważonego rozwoju. Zobowiązaliśmy się do zmniejszenia oddziaływania na klimat, aby włączyć się w rozwiązywanie kryzysu klimatycznego i do chwili obecnej osiągnęliśmy redukcję emisji o 8% w zakresach 1 i 2 oraz 7% w zakresie 3 w stosunku do wartości wyjściowych z 2019 roku. Aby kroczyć tą ścieżką dalej i szybciej, zwiększamy wysiłki na rzecz dekarbonizacji łańcucha wartości – inwestujemy między innymi w projekty wspierające naszych dostawców w ograniczaniu emisji szkodliwych substancji.

Istotnym elementem umożliwiającym osiągnięcie celów klimatycznych będzie opracowanie i rozwój procesów i infrastruktury zapewniającej możliwość szerszego stosowania rozwiązań cyrkularnych na potrzeby naszych klientów. W bieżącym roku zwiększyliśmy wykorzystanie materiałów pochodzących z recyklingu, osiągając poziom 23% (wzrost z 18%) i przyczyniając się do uzyskania w naszych kolekcjach wartości 84% jeśli chodzi o materiały pochodzące z recyklingu lub z innych bardziej zrównoważonych źródeł. W ramach starań o rozpowszechnienie zakupów produktów z drugiej ręki, H&M udostępniła asortyment marki Sellpy na swojej stronie internetowej. Więcej przykładów i szczegółowych informacji na temat tego, jak realizujemy plany dotyczące cyrkularności znaleźć można w niniejszym Raporcie.

Realizowane przez nas działania, zmierzające do wywarcia pozytywnego oddziaływania na ludzi zaangażowanych w nasz łańcuch wartości, są równie ważne jak działania mające na celu ograniczenie śladu węglowego. Współpracujemy z naszymi dostawcami w zakresie poprawy dialogu społecznego, podwyższania równości płci i zrównania płac pracowników. Poszerzamy także zakres szczegółowego ujawniania informacji na temat płac w łańcuchu dostaw. Z szacunkiem odnosimy się do silnych relacji ludzi z planetą i tworzymy silne powiązania z oddziaływaniem społecznym w ramach strategii środowiskowych – w tym poprzez realizowaną przez nas Strategię Wodną 2030 i zaktualizowaną wizję dotyczącą materiałów.

Mam nadzieję, że lektura naszego Oświadczenia na temat Zrównoważonego Rozwoju za rok 2022, ukazującego się w 20-ą rocznicę rozpoczęcia jego realizacji, będzie dla Państwa ogromną przyjemnością. Zapraszamy do otwartego dialogu i współpracy na drodze do pokonania licznych wspólnych wyzwań naszej branży i naszego świata.


Leyla Ertur
Dyrektor ds. Zrównoważonego Rozwoju, Grupa H&M



Kluczowe polityki i normy dotyczące zrównoważonego rozwoju

PRZEKRÓJ

- Polityka praw człowieka

NASZE DZIAŁANIA

- Kodeks Etyczny dla współpracowników
- Polityka zgłaszania nieprawidłowości
 - Polityka społeczna
 - Polityka prywatności
- Wytyczne w sprawie odpowiedzialnego marketingu
 - Polityka podatkowa



NASI PARTNERZY BIZNESOWI

- Kodeks Etyczny dla Partnerów Biznesowych
- Zobowiązanie dotyczące zrównoważonego rozwoju
 - Polityka dotycząca pracy dzieci
- Wytyczne w sprawie pracowników emigrantów
 - Polityka dotycząca pracy w domu
 - Polityka dotycząca piaskowania



NASZE MATERIAŁY I PRODUKTY

- Polityka dotycząca dobrostanu zwierząt
- Polityka odpowiedzialnego pozyskiwania surowców
 - Ograniczenia dotyczące stosowania środków chemicznych Grupy H&M

Więcej informacji na temat polityki i standardów Grupy H&M można znaleźć w Raporcie dotyczącym Ładu Korporacyjnego stanowiącym część [Raportu rocznego oraz dotyczącego zrównoważonego rozwoju](#).

Niektóre wyrażenia i zwroty wykorzystane w niniejszym raporcie

W niniejszym raporcie używamy określonych wyrażeń i zwrotów, aby opisać nasze podejście do rozwiązywania konkretnych kwestii społecznych i środowiskowych. Poniżej wyjaśniamy, co rozumiemy przez te pojęcia.

Cyrkularny i cyrkularność to terminy, których używamy w tym raporcie w różnych kontekstach. Wykorzystujemy je jako terminy wysokiego poziomu w opisie działań zgodnych z definicją Fundacji Ellen MacArthur (EMF), która skupia się na trzech zasadach: eliminacji odpadów i zanieczyszczeń, cyrkulacji produktów i materiałów (po ich najwyższej wartości) oraz regeneracji środowiska. W szczególności wspieramy i dążymy do realizacji wizji cyrkularnej branży modowej, w której produkty będą projektowane tak, by można je było lepiej wykorzystywać, będą wykonane w sposób umożliwiający ponowne użycie w produkcji i będą wykonane z bezpiecznych, przetworzonych lub odnawialnych surowców. Tam, gdzie odnosimy się do naszego **cyrkularnego ekosystemu**, mamy na myśli wprowadzenie wszystkich tych zasad w życie w sposobie prowadzenia przez nas działalności i tworzenia naszych produktów, w tym:

— **Produkty cyrkularne:** Tworzenie produktów wykonanych w sposób trwały z materiałów bezpiecznych, przetworzonych, regenerowanych lub pochodzących z innych bardziej zrównoważonych źródeł, które mogą być wielokrotnie wykorzystywane (cyrkularność).

— **Cyrkularne łańcuchy dostaw:** Budowanie skalowalnych systemów, wykorzystujących produkty i materiały przeznaczone do naprawy, ponownego użycia i recyklingu oraz procesy produkcyjne o mniejszym wpływie na środowisko – takie jak barwienie, nadruki i wykańczanie.

— **Cyrkularna podróż klienta:** Umożliwienie komfortowego sposobu korzystania z mody cyrkularnej, w której produkty są intensywniej użytkowane, a następnie naprawiane, wykorzystane ponownie i poddawane recyklingowi.

Zorientowane na klienta biznesowe modele cyrkularne to dodatkowy termin, którego używamy do opisanego cyrkularnego doświadczenia klienta. Biznesowe modele cyrkularne mogą funkcjonować w całym ekosystemie. Kiedy mówimy o modelach pielęgnacji, naprawy i ponownego wykorzystywania, ujmujemy je właśnie w ramy zorientowanych na klienta biznesowych modeli cyrkularnych.

Sprawiedliwe wynagrodzenie w łańcuchu dostaw produkcyjnych odnosi się do płacy, która – w zwykłym tygodniu pracy, bez nadgodzin – wystarcza na zaspokojenie podstawowych potrzeb pracowników i ich rodzin oraz zapewnienie pewnego poziomu dochodu uznaniowego. Jako minimum, płaca powinna odpowiadać poziomowi ustawowemu lub poziomowi określonym w obowiązującym układzie zbiorowym pracy, w zależności od tego, który z nich jest wyższy.



Niektóre wyrażenia i zwroty wykorzystane w niniejszym raporcie

Nasza wizja **przewodzenia zmianom** oznacza innowacje, wspieranie rozwoju (inkubatory) i inwestowanie w skalowanie (zwiększanie zastosowania, rozwój) nowych materiałów, technologii i modeli biznesowych z potencjałem uniezależnienia wzrostu naszej działalności od wykorzystania ograniczonych zasobów. Innymi słowy to próba zrobienia czegoś inaczej, odwaga wykonania pierwszego kroku. Udostępnianie większej ilości danych i działania na rzecz zwiększenia dokładności i porównywalności informacji ujawnianych w całej branży. I wreszcie – to także współpraca z innymi w celu zmiany sposobu funkcjonowania branży oraz stworzenia środowiska legislacyjnego i infrastruktury niezbędnej dla funkcjonowania sektora mody przyszłości.

Bardziej zrównoważone pozyskiwanie, pozyskiwanie w bardziej zrównoważony sposób lub **bardziej zrównoważone** odnosi się do materiałów lub wytwarzania surowców, procesów, naszej ogólnej działalności operacyjnej lub działań naszych dostawców, które mają zmniejszone negatywne oddziaływanie na środowisko w porównaniu z konwencjonalnymi alternatywami. Ocenę opieramy na szeregu źródeł jakościowych i ilościowych danych porównawczych, w tym na danych z oceny cyklu życia (LCA) opracowanych przez strony trzecie, zewnętrznych wzorcach i ocenach, ocenach łańcucha dostaw oraz danych dotyczących innych kluczowych wskaźników efektywności (KPI). Bardziej zrównoważone pozyskiwanie dla różnych materiałów definiujemy w naszej [Kategoryzacji materiałów](#), [Polityce odpowiedzialnego pozyskiwania surowców](#) oraz [Polityce dotyczącej dobrostanu zwierząt](#).

Preferowane opcje transportowe odnoszą się do środków transportu, w tym pojazdów napędzanych w 100% biopaliwem, elektrycznych i bezemisyjnych¹.

Rolnictwo regeneracyjne to pojęcie, którego używamy w odniesieniu do produkcji surowców. Jest to holistyczne podejście do rolnictwa, które skupia się na wzajemnych powiązaniach systemów rolniczych i przyrody. Regeneracyjne praktyki rolnicze mogą poprawić stan gleby i wzmocnić odporność rolników przy jednoczesnym przywróceniu naturalnego stanu siedlisk.

Odpowiedzialność jest jednym z trzech filarów naszej długoterminowej wizji pozyskiwania materiałów. W kontekście niniejszego Raportu oznacza to pozyskiwanie materiałów z ogólnym poszanowaniem praw człowieka i zgodnie z wizją ograniczania oddziaływania na środowisko naturalne przy jednoczesnym przyczynianiu się do zrównoważonego rozwoju w krajach, w których zaopatrujemy się w materiały². Jest to podstawa wszystkich naszych decyzji dotyczących pozyskiwania materiałów. Szersza definicja tego, czym jest **odpowiedzialna firma** określona jest na poziomie ram międzynarodowych, zaś dla Grupy H&M pojęcie to oznacza zrozumienie i podjęcie działań mających na celu zniwelowanie wpływu na ludzi i planetę, wspierane przez solidne systemy zarządzania i przejrzystą komunikację zewnętrzną.

- 1) Pojazd bezemisyjny to taki, który podczas pracy nie emituje spalin ani innych zanieczyszczeń.
- 2) Nasza definicja odpowiedzialnego pozyskiwania materiałów i surowców opiera się na Wytycznych OECD w sprawie odpowiedzialnego prowadzenia biznesu oraz Wytycznych ONZ w sprawie biznesu i praw człowieka.

Odwrócony łańcuch dostaw to termin oznaczający system, który wprowadza używane produkty, materiały i odpady produkcyjne z powrotem do obiegu jako produkty z drugiej ręki albo produkty do ponownego wykorzystania bądź recyklingu i kieruje je do systemu produkcyjnego jako cenne zasoby.



Jak przewoźimy zmianom

Nasze podejście do przeprowadzenia zmianom	11
Transparentność	13
Współpraca z naszymi interesariuszami na rzecz pozytywnych zmian	15



Nasze podejście do przewodzenia zmianom

Naszym celem w tych działaniach jest wykorzystanie wielkości i skali naszej marki do przyspieszenia tempa i wzmocnienia skutków transformacji w sektorze mody.

Dla nas **przewodzenia zmianom** oznacza innowacje, wspieranie rozwoju (inkubatory) i inwestowanie w skalowanie (zwiększanie zastosowania, rozwój) nowych materiałów, technologii i modeli biznesowych z potencjałem uniezależnienia wzrostu naszej działalności od wykorzystania ograniczonych zasobów. Innymi słowy to próba zrobienia czegoś inaczej, odwaga wykonania pierwszego kroku. Udostępnianie większej ilości danych i działania na rzecz zwiększenia dokładności i porównywalności informacji ujawnianych w całej branży. I wreszcie – to także współpraca z innymi w celu zmiany sposobu funkcjonowania branży oraz stworzenia środowiska legislacyjnego i infrastruktury niezbędnej dla funkcjonowania sektora mody przyszłości.

Skupiamy się na trzech obszarach: zwiększaniu innowacyjności, promowaniu transparentności oraz na współpracy z interesariuszami i decydentami w celu osiągnięcia postępu w całej branży.

Innowacje

Innowacyjne modele biznesowe, materiały i procesy produkcyjne, które umożliwiają cyrkularność i oferują nowe doświadczenia dla klientów, mają potencjał transformacji naszej branży. Identyfikujemy i badamy wiele różnych rozwiązań, a te najbardziej obiecujące – wprowadzamy na szeroką skalę. I choć niektóre z nich nie będą udane, takie podejście oznacza przyspieszenie odkrywania innowacji, które mogą przynieść pozytywne efekty.

— Poprzez nasze Circular Innovation Lab (Laboratorium Innowacji Cyrkularnych) wspieramy innowacje już od wczesnego stadium ich rozwoju po etap produkcji komercyjnej, przyspieszając ich integrację w naszej organizacji i łańcuchu dostaw. W 2022 roku wspieraliśmy badania prowadzone na uczelni Karolinska Institutet oraz SLU (Szwedzka Akademia Rolnicza) zmierzające do zwiększenia produkcji włókna na bazie białka przypominającego nić przędną pająka.

— H&M Group Laboratory (Laboratoria Grupy H&M), czyli centrum innowacji Grupy, prowadzi badania, które obejmują nowe biznesowe modele cyrkularne oraz inne obszary, które, zgodnie z najnowszą wiedzą, będą miały strategiczne znaczenie dla działalności własnej. Przeczytaj więcej o naszej pracy nad skalowaniem zorientowanych na klienta biznesowych modeli cyrkularnych.

— Inwestujemy w innowacyjne firmy, które przybliżają nam bardziej cyrkularną przyszłość, wspierając przedsiębiorczość w branży mody poprzez działania inwestycyjne pod nazwą H&M CO:LAB.

— Nasze przedsięwzięcia biznesowe są okazją do badania i promocji innowacyjnych sposobów pracy. Działająca na zasadzie członkostwa marka Singular Society oferuje klientom produkty klasy premium za cenę ich wytworzenia. W 2022 roku, ze względu na niepewność na świecie i powolny wzrost, zakończyliśmy działalność Treadler, usługi B2B dającej innym podmiotom dostęp do łańcucha dostaw Grupy H&M. Przedsięwzięcie zapewniło nam jednak cenne wnioski, które wykorzystamy w przyszłych projektach.

— Bieżące inwestycje w nasze systemy danych i narzędzia analityczne będą wspierać nas w podejmowaniu bardziej świadomych decyzji dotyczących zrównoważonego rozwoju i przyspieszą postęp w realizacji naszych celów.

— Poszukujemy możliwości dotarcia do nowych grup klientów. Przykładem jest rozpoczęta w 2022 roku inicjatywa H&M Move, oferująca szeroką gamę odzieży „movewear” powstałej z myślą o uprawianiu sportu i zachęcenia wszystkich do ruchu.

— 55% respondentów biorących udział w naszej corocznej ankiecie interesariuszy ocenia Grupę H&M jako dobrą lub bardzo dobrą w zakresie innowacji, przekazując nam jednocześnie informację, że postrzegają nas jako silnych w wspieraniu innowacji w początkowych fazach, ale dostrzegają też konieczność szybszego zwiększania zakresu naszych działań.

Korzystając z materiałów online oraz przykładów zamieszczonych w niniejszym raporcie, dowiedz się więcej o tym, jak innowacje przyspieszają transformację.

Nagrody Global Change Awards Fundacji H&M

Siódma edycja konkursu Fundacji H&M Global Change Awards rozpoczęła się w październiku 2022 roku. Jest to jedno z największych na świecie wyzwań dla innowatorów, a jego celem jest przekształcanie branży modowej. Konkurs to okazja do promocji najlepszych pomysłów na to, jak od nowa wymyślić modę i zmienić sposób postrzegania i korzystania z odzieży oraz jej tworzenia. Jego celem jest znalezienie, wspieranie i zwiększanie realizacji przełomowych pomysłów, które mogą przekształcić przemysł modowy i tekstylny oraz pomóc w zapewnieniu właściwej ochrony naszej planety. Zwycięzcy zostaną ogłoszeni w czerwcu 2023 roku.

Współpraca wzmacnia efekty w wielkiej skali

Rozmowa z Federicą Marchionni, Szefową Global Fashion Agenda, o tym, jak sobie radzimy i co możemy robić lepiej

Global Fashion Agenda (GFA) to organizacja non-profit, która wspiera branżową współpracę w zakresie zrównoważonego rozwoju w modzie w celu przyspieszenia jej efektów.

Jakie są Twoje wrażenia z działań realizowanych przez Grupę H&M w zakresie tworzenia przejrzystości dla klientów? Jestem przekonana, że Grupa H&M podejmuje właściwe działania zmierzające do zapewnienia klientom otwartości i przejrzystości oraz do inspirowania branży do prowadzenia takich samych działań. Efektem będzie rozwój wśród klientów świadomości prowadzonych przez firmę działań w zakresie zrównoważonego rozwoju. Jednak jako lider na tym polu, firma poddawana jest ściślejszej kontroli i jest wystawiona na większe ryzyko. Oczywiście pewne elementy komunikacji H&M Group w zakresie zrównoważonego rozwoju wymagają korekty, ale w pełni popieram odwagę, z jaką Grupa dobrowolnie ujawnia wpływ własne oddziaływanie, co ma na celu zapewnienie wsparcia dla wprowadzania zmian.

A co sądzisz na temat krytyki, z jaką musiała zmierzyć się Grupa H&M w 2022 roku? GFA potraktowała tę krytykę poważnie i podjęła współpracę z Grupą H&M w celu wyjaśnienia i zrozumienia zaistniałych okoliczności oraz działań podejmowanych przez firmę w celu rozwiązania problemów. Jesteśmy przekonani, że Grupa H&M rozumie znaczenie precyzji i dokładności przekazywanych komunikatów. Firma pragnie zachować jak największą transparentność i usunęła wszelkie, potencjalnie wprowadzające w błąd, komunikaty dotyczące produktów.

Co robimy dobrze, a co moglibyśmy robić lepiej? Grupa H&M wyróżnia się pod kątem współpracy zmierzającej do osiągnięcia efektów na dużą skalę. Przedkonkurencyjne nastawienie Grupy przyczyniło się do powstania takich inicjatyw, jak Circular Fashion Partnership oraz do publikacji z zakresu przywództwa idei takich, jak Fashion CEO Agenda.

Firma wykazała się również zdecydowanym przywództwem w innych wielostronnych inicjatywach, takich jak Sustainable Apparel Coalition i ACT on Living Wages. Dzieliąc się wiedzą i zasobami, Grupa H&M stymuluje większą transparentność łańcucha dostaw i identyfikowalność w branży.

Mam nadzieję, że w przyszłości Grupa będzie unikać oznaczania konkretnych kolekcji lub produktów w sposób, który mógłby być niewłaściwie interpretowany. Zamiast tego powinna stosować podejście holistyczne, wykazując w jasny i możliwy do uzasadnienia sposób zarówno społeczne, jak i środowiskowe oddziaływanie produktów.

Przed jakimi wyzwaniami stoją firmy branży modowej chcąc osiągnąć wyższy poziom transparentności?

Wiarygodne dane mają kluczowe znaczenie dla przejrzystości i uzasadnienia publikowanych informacji dotyczących zrównoważonego rozwoju. Zarówno krytycy, jak i zwolennicy istniejących platform danych są zgodni w tym, że istnieje potrzeba stosowania „lepszych danych”. Jednak rosnące oczekiwania dotyczące stosowania „danych doskonałych” nie mogą hamować postępu.

Sprawozdawczość w zakresie zrównoważonego rozwoju i stale rozwijane narzędzia do obróbki danych są złożone, a zdefiniowanie i uzyskanie „danych doskonałych” nie wydaje się możliwe przed rokiem 2030, który jest terminem realizacji celów porozumienia paryskiego.

Obecnie nie istnieją zharmonizowane przepisy ani wytyczne dotyczące oskarżeń o składanie fałszywych lub wprowadzających w błąd deklaracji dotyczących zgodności z zasadami ochrony środowiska (greenwashing).

Mogą one być formułowane i szeroko rozpowszechniane, co powoduje zwykle pojawienie się licznych bezpodstawnych oskarżeń i obniża motywację firm w zakresie otwartego informowania o podejmowanych wysiłkach, a to z kolei prowadzi do coraz częstszego ograniczania ujawniania informacji środowiskowych (greenhushing), a w niektórych przypadkach nawet do zaniechania działania.

W jaki sposób przedstawiciele branży mogą ze sobą współpracować, aby zapewnić większą transparentność?

Aby usuwać luki w danych, podwyższać poziom zrozumienia i uzyskiwać lepsze dane konieczne jest zawieranie odpowiednich sojuszy. Przedsięwzięcia powinny ujawniać swoje oddziaływanie na środowisko, wykorzystując w tym celu jak najlepsze z obecnie dostępnych źródła danych.

Branża musi wykazać się zdolnościami przywódczymi, prezentować najlepsze praktyki i być zawsze o krok przed regulacjami w sprawie oświadczeń o wynikach, przejrzystości danych czy identyfikowalności. Aby było to możliwe, potrzebna jest gruntowna dyskusja na temat zharmonizowanego rozwoju i interpretacji przepisów z organami regulacyjnymi, jak i organami egzekwującymi prawo.



Transparetność

Podobnie jak inne firmy i interesariusze, mamy długą historię ujawniania informacji o postępach w zakresie zrównoważonego rozwoju. Dotyczy to zarówno identyfikacji i ujawniania szczegółowych danych na temat łańcuchów dostaw, jak i pilotowania nowych metod śledzenia materiałów oraz gromadzenia i udostępniania danych. Były to ważne kroki w kierunku zwiększania transparentności w całej naszej branży. Chcemy jednak pójść o krok dalej, aby spełnić rosnące wymagania naszych klientów w zakresie jasnych, dokładnych i istotnych informacji na temat naszych produktów, łańcuchów dostaw i praktyk biznesowych. Naszym celem jest tworzenie mechanizmów porównywalności, które umożliwią dokonywanie lepszych wyborów zarówno klientom, jak i nam samym oraz naszej branży. Jest to coś, nad czym pracowaliśmy przez kilka lat, badając nieustannie różne rozwiązania. Brak zharmonizowanego prawodawstwa i znormalizowanego podejścia do oświadczeń dotyczących zrównoważonego rozwoju, jak również ciągła ewolucja systemów danych oraz samych danych stanowiły ogromne wyzwanie.

W bieżącym roku branża modowa, w tym Grupa H&M, stała się w obliczu zwiększonej kontroli oświadczeń dotyczących zrównoważonego rozwoju i z zadowoleniem przyjmujemy pozytywny zwrot w kierunku jaśniejszych wytycznych i większej transparentności, co można osiągnąć jedynie poprzez gromadzenie lepszych danych oraz ich identyfikowalność. Naszą intencją jest i będzie dostarczanie klientom i interesariuszom transparentnych danych na temat oddziaływania na środowisko, co ma na celu wspieranie pozytywnych zmian w branży.

Nieustannie koncentrujemy się na dwóch kluczowych celach:

— **Umożliwienie dokonywania świadomych wyborów:** Przekazywanie klientom informacji na temat naszej działalności i produktów, co jest niezbędne do tego, by mogli oni podejmować świadome decyzje.

— **Przyspieszanie zrównoważonych zmian:** Zwiększanie transparentności i identyfikowalności w całym łańcuchu wartości, co zapewni nam większą kontrolę nad wpływem na środowisko i stworzy mechanizm porównywalności w branży.

Identyfikowalność jest kluczem do zapewnienia większej transparentności. Dokładne dane o surowcach i produktach są niezbędne. Zobowiązujemy się do ciągłego doskonalenia mechanizmów porównywalności i jakości danych, systemów i obliczeń, z których korzystamy wraz z naszymi partnerami i wszystkimi interesariuszami. Mając na uwadze względy etyczne związane z gromadzeniem i wykorzystywaniem danych, prezentujemy nasze podejście do przetwarzania i ochrony danych osobowych w [Informacji o prywatności](#).

Postęp: umożliwienie dokonywania świadomych wyborów

— Wspieramy działania koalicji Sustainable Apparel Coalition (SAC) zmierzające do opracowania wspólnych, zweryfikowanych danych dotyczących wpływu produktów na środowisko, ponieważ jest to klucz do stworzenia mechanizmów porównywalności i umożliwienia klientom podejmowania świadomych wyborów.

— Naszym celem jest ujawnianie transparentnych informacji na temat poszczególnych produktów, co ma zachęcać do pozytywnych zmian w całej branży. Koalicja SAC tymczasowo wstrzymała program Profil Zrównoważonego Rozwoju Higg Index w celu przeprowadzenia jego przeglądu i zmian, co jest efektem pojawiającej się krytyki. Z zadowoleniem przyjmujemy dalszy rozwój programu zmierzający do doskonalenia narzędzi i przyspieszenia postępu w branży.

— Program Conscious nagradzał klientów za zakup produktów o co najmniej 50% udziale materiałów pozyskiwanych w sposób bardziej zrównoważony, takich jak certyfikowana bawełna organiczna i poliester z recyklingu. W ciągu ostatnich dziesięciu lat odegrał on ważną rolę w zapewnianiu klientom pomocy w podejmowaniu bardziej świadomych decyzji. Rosnąca transparentność naszych komunikatów dotyczących zrównoważonego rozwoju skłoniła nas do ponownego rozważenia korzystania z tytułu Conscious – decyzję tę przyspieszyła niedawna krytyka zewnętrzną i wprowadzane aktualnie nowe przepisy. Z zadowoleniem przyjmujemy zharmonizowane wytyczne w chwili, gdy podejmujemy kolejne kroki w celu podwyższenia klarowności informacji przekazywanych klientom. W przypadku produktów, które wcześniej kwalifikowały się do korzystania ze znaku Conscious, będziemy przekazywać dodatkowe, jaśniejsze informacje o składzie materiałowym. Program punktów w programie lojalnościowym H&M nadal zachęca uczestników do podejmowania takich działań, jak korzystanie z inicjatywy zbierania odzieży, przynoszenie własnej torby na zakupy w sklepie lub wybieranie opcji¹ preferowanego transportu w zakupach online. Pracujemy nad zapewnieniem informacji o wyborze materiałów dla wszystkich naszych produktów.

— Grupa H&M uzyskała certyfikat marki zgodny z kilkoma standardami Textile Exchange, stosując system „Chain of Custody”, który gwarantuje, że wszystkie punkty w łańcuchu dostaw są certyfikowane, co umożliwi złożenie oświadczenia dotyczącego zrównoważonego rozwoju produktu.

¹⁾ Obejmuje to pojazdy w 100% na biopaliwo, elektryczne i zeroemisyjne.

Certyfikacja, niezależnie weryfikowana przez organizację zewnętrzną, pomaga potwierdzać przekazywane klientom oświadczenia dotyczące zrównoważonego rozwoju dla konkretnych materiałów.

— Wnosimy naszą fachową wiedzę do prowadzonego przez Komisję Europejską projektu Product Environmental Footprint (PEF), którego celem jest opracowanie ram pomiaru oddziaływania produktów na środowisko.

Postęp: przyspieszenie zrównoważonych zmian

— Rozszerzyliśmy program identyfikowalności [TextileGenesis](#) na kilka programów pilotażowych, wykorzystujących technologię blockchain do śledzenia tekstyliów w całym łańcuchu dostaw. W bieżącym roku projekt objął wszystkie sztuczne włókna celulozowe i poliester z recyklingu, a setki dostawców w kilku krajach zostały objęte szkoleniem. Zainicjowaliśmy proces identyfikowalności ponad 200 milionów sztuk produktów Grupy H&M na platformie TextileGenesis, a około 44 miliony sztuk zostało do tej pory w pełni prześledzonych². Plan na rok 2023 zakłada dalsze przyspieszenie i rozwój identyfikowalności w całym łańcuchu dostaw. Kluczowe znaczenie ma dla nas osiągnięcie przyjętych celów ogólnych i zapewnienie zgodności z przepisami.

— Wspólnie z Textile Exchange i Textile Genesis™ kontynuowaliśmy testy systemu eTrackit, który, za pomocą e-tokenów śledzi online ilość certyfikowanych materiałów w danym produkcie. Technologia ta ma zastosowanie do wielu różnych rodzajów włókien z weryfikacją przez strony trzecie, a naszym celem jest wykorzystanie jej w celu dostarczenia zweryfikowanych danych potrzebnych do składania wiarygodnych oświadczeń dotyczących produktów.

²⁾ TextileGenesis™ umożliwia śledzenie wyrobu na poziomie od włókna do produktu za pomocą cyfrowych tokenów (Fibercoins), gwarantując zabezpieczenie przed zjawiskiem „podwójnego liczenia” materiałów. Mechanizm ten umożliwia uzyskanie wiarygodnych danych w czasie rzeczywistym i zapewnia weryfikację pochodzenia materiałów.

Wszystkie nasze marki wdrożyły indeks Higg Brand & Retail Module (BRM) i podały dane weryfikacji. Firma H&M po raz pierwszy publicznie ujawniła uzyskane wyniki i jednocześnie wyznaczyła sobie cel, aby w roku bieżącym zwiększyć wynik o 2% w stosunku do roku 2021. Marka osiągnęła to, zwiększając wynik środowiskowy BRM z 77,4% do 85,1% oraz wynik społeczny z 74,3% do 84,3%. Bardziej szczegółowe wyniki na [stronie 19](#).

— Zaktualizowaliśmy strategię transparentności, koncentrując się na dalszej integracji przejrzystych informacji na temat naszych produktów i materiałów w komunikacji z klientami. W dłuższej perspektywie chcemy wpływać na naszych klientów i zapewniać im możliwości dokonywania lepszych wyborów i ograniczania negatywnego oddziaływania na otoczenie.

— Prowadziliśmy dalszą ocenę dostawców pod kątem społecznych i środowiskowych skutków oddziaływania, korzystając w tym zakresie z modułu środowiskowego Higg Facility (FEM) oraz modułu społecznego i pracowniczego Higg Facility (FSLM). Więcej w [Zarządzaniu łańcuchem dostaw](#).

— Wykaz dostawców Grupy H&M zawierał informacje o 1183 fabrykach dostawców poziomu 1, co obejmuje 99% produkcji, oraz 392 fabrykach dostawców poziomu 2, co obejmuje 73% produkcji. Marka & Other Stories udostępniła [wykaz dostawców](#). Czytaj więcej – [Dane z wykazu dostawców Grupy H&M](#).

Uznanie za transparentność

— Zdobyliśmy czwarte miejsce w rankingu Fashion Revolution [2022 Transparency Index](#), osiągając wynik 66% (68% w 2021 roku). Indeks szereguje 250 największych światowych marek modowych według ujawnianych przez nie informacji na temat stosowanej polityki społecznej i środowiskowej, praktyk i oddziaływania ich działalności i łańcucha dostaw na środowisko.

— 50% interesariuszy ocenia Grupę H&M jako dobrą lub bardzo dobrą pod względem transparentności, co oznacza spadek w porównaniu z 71% z ubiegłego roku – pokazuje to, że mamy wciąż wiele do zrobienia, aby odbudować zaufanie do naszych planów i działań. Więcej na temat [Współpracy z naszymi interesariuszami](#).

— W 2021 roku osiągnęliśmy poziom lidera w koalicji SAC dzięki weryfikacji i publicznemu ujawnieniu danych dotyczących odpowiedzialności środowiskowej i społecznej związanej z operacjami naszymi oraz większości dostawców poziomu 1 i 2.

Wnioski

— Od wielu lat naszym celem jest zwiększanie transparentności w branży poprzez wykorzystanie najnowszych dostępnych narzędzi i technologii do śledzenia postępów i otwartej komunikacji z naszymi klientami. Badanie nowych rozwiązań wiąże się z większym ryzykiem, ale jest też niezbędne do znalezienia możliwości poprawy.

— Naszą branżę czeka jeszcze długa droga, zanim będzie ona spełniać oczekiwania w zakresie informacji i danych o produktach i ich oddziaływaniu. Kluczem do postępu jest tu dostosowanie i współpraca, a my będziemy się nadal uczyć i wносить swój wkład w tym zakresie. Z zadowoleniem przyjmujemy zharmonizowane metodologie dotyczące oświadczeń o produktach w UE, takie jak PEF.

— Nieustannie pracujemy nad poprawą procedur integralności materiałowej. Przygotowując się do planowanych regulacji i przepisów w sprawie oświadczeń o zrównoważonym rozwoju, musimy nieprzerwanie inwestować w rozwój kompetencji i poprawę wewnętrznego przepływu danych, by mieć pewność, że nasze oświadczenia o produktach będą jak najbardziej przejrzyste i dokładne.

— Solidne, zautomatyzowane systemy danych są niezbędne do zastąpienia naszego obecnego podejścia, w którym mogą wystąpić błędy techniczne i ludzkie. Zapewnienie płynnego przepływu danych przez systemy pozostaje dla nas dużym wyzwaniem oraz naszym priorytetem.

— Wyzwaniem jest znalezienie rozwiązań w zakresie transparentności produktów, które byłyby skalowalne dla łańcuchów dostaw w całej branży. Lepszym rozwiązaniem może być rozpoczęcie działań od niewielkiej skali i stopniowe jej zwiększanie.

Spojrzenie w przyszłość

— Będziemy nadal dążyć do zapewnienia identyfikowalności wszystkich rodzajów włókien poprzez rozwijanie obecnych inicjatyw i badanie możliwości wykorzystania nowych rozwiązań, a w przypadku większości rodzajów materiałów mamy już gotowe projekty pilotażowe i plany zwiększania skali ich stosowania. Pracujemy również nad połączeniem identyfikowalności włókien i materiałów z identyfikowalnością produktów tak, by osiągnąć w pełni identyfikowalny łańcuch wartości – od surowca aż do klienta.

— Z zadowoleniem przyjmujemy jaśniejsze wytyczne i zharmonizowane na różnych rynkach przepisy dotyczące składania oświadczeń o zrównoważonym rozwoju. Będziemy nadal angażować się w działania w tej kwestii, jak również będziemy dzielić się naszymi doświadczeniami z interesariuszami i decydentami.

— Będziemy dalej współpracować z dostawcami i partnerami, zachęcając ich do ujawniania szerszego zakresu danych i zwiększania porównywalności danych związanych z różnymi materiałami, procesami i projektami.

— Pojęcie transparentności szybko ewoluuje wraz z oczekiwaniami dotyczącymi tego, co oznacza bycie liderem w tym zakresie. Przewidujemy, że w najbliższych latach wzrośnie kontrola naszych zobowiązań i sprawozdawczości. Dodatkowo wejdą w życie nowe przepisy, do których wszystkie firmy będą musiały się stosować. Nasze zaangażowanie w naukę, dostosowywanie i doskonalenie pozostaje na niezmiennie wysokim poziomie.

Współpraca z interesariuszami na rzecz pozytywnych zmian

Współpraca pomiędzy różnymi interesariuszami w całej branży ma kluczowe znaczenie dla przyspieszenia i poszerzenia pozytywnego oddziaływania. Połączenie sił na rzecz wspólnych celów daje nam możliwość wykorzystania naszych różnorodnych atutów. Dialog sprzyja odpowiedzialności i transparentności. Wspomaga również innowacje i postęp w całej branży, ponieważ uczymy się od siebie nawzajem.

Nasi interesariusze reprezentują prawa lub sami są ich posiadaczami, a działania podejmowane przez nas jako firmę mogą potencjalnie wpływać na ich prawa człowieka w sposób pozytywny lub negatywny. Regularnie współpracujemy z naszymi interesariuszami w zakresie wskazywania najbardziej istotnych zagadnień i aktualizacji najważniejszych kwestii dotyczących praw człowieka. Przeczytaj więcej o [procesie oceny istotności](#).

Nasi interesariusze

Do naszych interesariuszy należą:

— **Klienci.** Nasi klienci są podstawą naszej działalności, dlatego nieustannie staramy się zrozumieć, spełnić i spełniać ich potrzeby i oczekiwania.

— **Współpracownicy.** Nasi współpracownicy na całym świecie są naszym najważniejszym kapitałem. Wnoszą oni bogactwo różnorodnej wiedzy, doświadczenia i perspektywy, które umożliwiają wykorzystanie kreatywności i innowacyjności.

— **Pracownicy łańcucha dostaw i ich przedstawiciele.** Pracownicy naszych dostawców są integralną częścią funkcjonowania naszej firmy.

Anonimowe ankiety wśród dostawców oraz grupy przedstawicielskie, takie jak związki zawodowe, umożliwiają nam nawiązanie kontaktu z tą ważną grupą interesariuszy.

— **Społeczności** – w tym społeczności lokalne, na terenie których ulokowane są nasze sklepy, biura, dostawcy i ich przedstawiciele w całym łańcuchu wartości, nasi klienci i współpracownicy, oraz szersze grupy zagrożone naruszeniem praw. Staramy się wywierać pozytywny wpływ społeczny i środowiskowy na każdą z tych grup bezpośrednio poprzez naszą działalność i współpracę z dostawcami lub poprzez działania inwestycyjne na rzecz społeczności.

— **Partnerzy biznesowi** – w tym producenci, dostawcy towarów handlowych i niehandlowych, usługodawcy i partnerzy franczyzowi. Wspólnie podnosimy standardy branżowe poprzez wymianę informacji o oczekiwaniach i poprzez współpracę zmierzającą do sprostania wyzwaniom środowiskowym i społecznym.

— **Eksperti.** Współpracujemy z ekspertami po to, by realizować pojawiające się pomysły, stawiać czoło wyzwaniom i wywierać pozytywne oddziaływanie poza sferą działalności biznesowej. Należą do nich inne firmy, naukowcy i badacze, innowatorzy, organizacje pozarządowe i inicjatywy wielostronne.

— **Innowatorzy.** Mając na uwadze rozwiązywanie złożonych, systemowych problemów, wspieramy i dbamy o innowatorów, którzy pomagają w rozwiązywaniu problemów całej branży.

— **Wyzwania.** Z radością przyjmujemy kontrole ze strony organizacji pozarządowych i innych osób, które wnoszą użyteczną krytykę i zwiększają odpowiedzialność za nasze działania, niejako zmuszając nas i całą branżę do dalszego doskonalenia.

— **Inwestorzy i analitycy.** Fakt, że jesteśmy spółką giełdową oznacza, że ponosimy odpowiedzialność przed naszymi inwestorami, a nasze wyniki w zakresie zrównoważonego rozwoju są śledzone i oceniane przez analityków. Prowadzimy z nimi stały dialog i uwzględniamy ich opinie w naszej strategii i sprawozdawczości.

— **Politycy.** Współpracujemy z decydentami i instytucjami międzynarodowymi, starając się wywierać wpływ na ustawodawstwo wspierające systemowe i znaczące zmiany. Czytaj więcej o naszych działaniach w dziedzinie [spraw publicznych](#).

Nieustannie angażujemy się w kontakty ze wszystkimi interesariuszami za pośrednictwem różnych kanałów – w tym raportów finansowych i dotyczących zrównoważonego rozwoju, naszej strony internetowej, seminariów internetowych i rozmów, grup fokusowych, konsultacji i ankiet, spotkań partnerskich, wywiadów, programów szkoleniowych oraz naszego biuletynu dla interesariuszy. Prowadzimy również coroczną internetową ankietę wśród interesariuszy, zachęcając ich do wyrażania anonimowych opinii na temat uzyskiwanych przez nas wyników w zakresie zrównoważonego rozwoju i sprawozdawczości.

Przeczytaj więcej o naszej [współpracy zewnętrznej](#) oraz [jak angażujemy się w sprawy naszych interesariuszy](#).

Informacje zwrotne od interesariuszy

W 2022 roku 97 interesariuszy (z około 800 zaproszonych) wzięło udział w naszym badaniu percepcji interesariuszy (96 w latach 2021 i 2020). W tym roku:

— 72% respondentów zgadza się lub zdecydowanie zgadza się z tym, że Grupa H&M zajmuje czołowe miejsce wśród sprzedawców modowych w zakresie zrównoważonego rozwoju społecznego i środowiskowego (73% w 2021 r.; 76% w 2020 r.).

— 90% twierdzi, że ma dobre lub bardzo dobre doświadczenia w interakcji z nami (89% w 2021; 92% w 2020).

— 85% twierdzi, że Grupa H&M to firma, której mogą zaufać (77% w 2021 roku; 75% w 2020 roku).

— Od wielu naszych interesariuszy usłyszeliśmy wyraźne życzenie zwiększenia osobistych relacji.

— Otrzymaliśmy informację zwrotną, aby zapewniać dalsze informacje na temat kamieni milowych i działań krótkoterminowych oraz celów długoterminowych, co bardzo doceniamy i nad czym nadal pracujemy.

20 lat opracowywania raportów w sprawie zrównoważonego rozwoju dało nam okazję, by przeprowadzić wywiady z przedstawicielami niektórych z naszych najważniejszych interesariuszy – przeczytaj je na stronach [12](#), [25](#), [39](#) oraz [62](#). Z zadowoleniem przyjmujemy uwagi naszych interesariuszy na temat tego, jak sobie radzimy i co możemy zrobić lepiej.

Dialog z decydentami politycznymi

Nasze działania w zakresie spraw publicznych koncentrują się na tworzeniu skutecznych przepisów, wspierających pozytywne zmiany w naszej branży. Coraz szersze wymagania prawne i wzmożona kontrola branży modowej pomagają wyrównywać szanse, a także otwierają przed nami, jak i przed całym sektorem, możliwości w zakresie przyspieszenia realizacji celów zrównoważonego rozwoju.

Nasze podejście przechodzi od ustalania planu działań i kształtowania polityki do informowania i reagowania na pojawiające się propozycje. Kluczem do tego procesu jest pomoc decydentom w zrozumieniu praktycznych implikacji nowych przepisów.

Rozwijamy zasoby w zakresie spraw publicznych, aby wspomóc zmiany systemowe wprowadzane przez centralny zespół ds. publicznych i wspierane przez zespoły z rynków produkcyjnych i detalicznych.

Priorytetowe obszary polityki

Priorytetowe obszary naszego zainteresowania to te, które są najistotniejsze dla naszych działań na rzecz zrównoważonego rozwoju i które mają największy potencjał pozytywnego oddziaływania:

— **Środki chemiczne** – aby jeszcze bardziej doskonalić zarządzanie środkami chemicznymi i proaktywnie dążyć do zwiększenia przejrzystości informacji na temat chemikaliów.

— **Zmiany klimatyczne**¹ – zwłaszcza odnośnie emisji gazów cieplarnianych z zakresu 3, ponieważ wymaga to systemowej zmiany ram energetycznych w krajach, w których prowadzimy produkcję – oraz **modele Cyrkularności** w celu wsparcia przejścia na gospodarkę cyrkularną. Odbyna się to przede wszystkim poprzez popieranie ustawodawstwa wspierającego umowy o zakup energii elektrycznej i podwyższanie jakości sieci energetycznych na naszych rynkach produkcyjnych, a także poprzez politykę i ustawodawstwo UE², takie jak [Dyrektywa w sprawie efektywności energetycznej \(EED\)](#), [Dyrektywa w sprawie energii odnawialnej \(RED\)](#), [Strategia UE na rzecz zrównoważonych wyrobów włókienniczych w obiegu zamkniętym](#), [Rozporządzenie w sprawie ekoprojektu dla zrównoważonych produktów \(ESPR\)](#), [Rozporządzenie w sprawie przemieszczania odpadów \(WSR\)](#), [Rozszerzona Odpowiedzialność Producenta \(EPR\)](#) oraz [Dyrektywa ramowa w sprawie odpadów \(WFD\)](#).

— **Ochrona danych** – z naciskiem na coraz bardziej szczegółowe przepisy w sprawie cyberbezpieczeństwa i odpowiedzialnego wykorzystania danych.

— **Zarządzanie, sprawozdawczość i odpowiedzialne praktyki biznesowe**. Obejmuje to między innymi wspieranie rozwoju taksonomii UE, dyrektywy w sprawie należytej staranności w zakresie zrównoważonego rozwoju przedsiębiorstw (CSDD) oraz dyrektywy w sprawie sprawozdawczości dotyczącej zrównoważonego rozwoju przedsiębiorstw (CSRD).

Wpływ na środowisko, w tym aktywne zaangażowanie w prace prowadzące do przyjęcia nowego globalnego porozumienia w sprawie środowiska podczas COP 15 oraz bieżące prace w ramach inicjatywy Business for Nature, wzywające do obowiązkowego ujawniania oddziaływania i zależności od przyrody do 2030 roku.

1) Jesteśmy zobowiązani do dostosowania wszystkich naszych działań w zakresie polityki przeciwdziałania zmianie klimatu do „scenariusza 1,5 stopnia”.

2) Proponowane i aktualne.

– **Transparentność i identyfikowalność** w celu zapewnienia wiarygodności oświadczeń dotyczących zrównoważonego rozwoju.

Uczestniczymy w międzynarodowych dyskusjach dotyczących naszej pracy na rzecz zrównoważonego rozwoju, m.in. [COP27 Międzynarodowa Organizacja Pracy](#), [Organizacja Współpracy Gospodarczej i Rozwoju](#), [Ramowa Konwencja ONZ w sprawie zmian klimatu \(UNFCCC\)](#) [UN Global Compact \(UNGC\)](#) Platforma działania na rzecz godnej pracy w globalnych łańcuchach dostaw (Decent Work in Global Supply Chains Action Platform), [UNGC Koalicja CFO na rzecz Celów Zrównoważonego Rozwoju \(SDG\)](#) oraz [Światowe Forum Ekonomiczne \(WEF\)](#).

Jesteśmy członkami wielostronnych platform, m.in. [ACT \(Action, Collaboration, Transformation\)](#), [AFIRM, Business for Nature](#), [CEIA \(Clean Energy Investment Accelerator\)](#), [ChemSec Business Group](#), [EuroCommerce](#), [Global Fashion Agenda](#), [ICC, Industry Summit](#), [Pathways Coalition](#), [Policy Hub — Circularity for Apparel and Footwear](#), [Sustainable Apparel Coalition](#), [Textile Exchange](#), [UNFCCC Fashion Industry Charter for Climate Action](#) i [ZDHC \(Zero Discharge of Hazardous Chemicals\)](#).

Kluczowe działania w 2022 roku

– Zaangażowaliśmy się w kontakty z globalnymi decydentami, aby wspierać skuteczne ustawodawstwo związane z klimatem i cyrkularnością. Obejmowało to spotkania naszej Prezes z Ministrem Środowiska i Leśnictwa Indonezji oraz

komisarzem UE ds. Środowiska, Virginijusem Sinkeviciusem, podczas konferencji [Sztokholm+50](#). Nasza Prezes i Dyrektor Finansowy uczestniczyli w spotkaniach wysokiego szczebla z władzami UE dotyczących wdrażania strategii UE w dziedzinie tekstyliów. Nasza Prezes wypowiedziała się również na WEF na temat przejścia firmy w kierunku energii odnawialnej i [cyrkularnego modelu biznesowego](#).

— Współpracujemy z władzami na naszych rynkach produkcyjnych, zapewniając wsparcie dla rozwoju systemów ochrony socjalnej, w tym zwiększenia zasiłków dla bezrobotnych w Indonezji, polepszenia systemów emerytalnych w Kambodży oraz rozpoczęcia próbnego programu ubezpieczeń od obrażeń w miejscu pracy w Bangladeszu.

Spojrzenie w przyszłość

— Przygotowujemy się do nowych przepisów dotyczących zrównoważonego rozwoju i sprawozdawczości, wykorzystując jednocześnie dialog jako okazję do osiągnięcia postępu systemowego. Stale prowadzona integracja zrównoważonego rozwoju z finansami i technologią umożliwi dalsze innowacje i przyspieszy postęp.

— Z zadowoleniem przyjmujemy umożliwiający zrównoważony postęp zmiany w polityce, takie jak przyspieszenie planowania i budowy nowego bardziej zrównoważonego systemu energetycznego w Chinach kontynentalnych, zwiększenie możliwości w zakresie odnawialnej energii elektrycznej w Indonezji dzięki współpracy z krajowym przedsiębiorstwem energetycznym PLN oraz uruchomienie [I-REC](#) w Kambodży. Potrzeba jednak czegoś więcej. Będziemy nadal wspierać postęp.

Najważniejsze wyniki

Najważniejsze wyniki w 2022	18
Oceny zewnętrzne	19
Wskaźniki KPI dla cyrkularności, klimatu i natury	20
Wskaźniki KPI dla sprawiedliwości i równości	21



Najważniejsze wydarzenia 2022

7%

bezwzględna redukcja emisji gazów cieplarnianych z zakresu 3^{1,2} oraz **bezwzględna redukcja o 8%** emisji gazów cieplarnianych z zakresu 1 i 2³ w porównaniu z rokiem bazowym 2019 – co przyczynia się do osiągnięcia naszego celu, jakim jest bezwzględna redukcja emisji z zakresu 1, 2 i 3 o 56% do 2030 r.

U uruchomiliśmy nową

Strategię wodną 2030

i **ograniczyliśmy względne zużycie wody** na produkt o **38%** w porównaniu z poziomem wyjściowym z 2017 r.⁴

H&M włączył asortyment marki **Sellpy** do swojej strony internetowej w Szwecji i Niemczech, aby pomóc w normalizacji **zakupów produktów używanych**.

84%

materiałów z recyklingu lub pozyskanych w inny bardziej zrównoważony sposób w naszych towarach handlowych.

Nasz raport w sprawie zrównoważonego rozwoju w 2020 r. zajął **drugie miejsce w kategorii Najlepszy Raport** oraz zwyciężył w **kategorii Adekwatność i Istotność** w konkursie Corporate Responsibility Reporting Awards.

44%

bezwzględnej redukcji ilości opakowań z tworzyw sztucznych w porównaniu z poziomem wyjściowym z 2018 r., co pozwoliło nam osiągnąć przyjęty cel w zakresie redukcji tworzyw sztucznych przed wyznaczonym terminem.

Dotarliśmy do ponad

414000

pracowników łańcucha dostaw z naszymi działaniami i szkoleniami dotyczącymi **przemocy ze względu na płeć i molestowania seksualnego** (GBVH).

Ustanowiliśmy

Green Fashion Initiative

aby wspierać dostawców w działaniach na rzecz zastępowania paliw kopalnych. Od stycznia 2023 roku prowadzimy 17 zatwierdzonych projektów o potencjalnej rocznej redukcji 50000 ton CO₂ w łańcuchu dostaw Grupy H&M oraz dodatkową redukcję o około 140 000 ton poza naszym własnym łańcuchem wartości

Wpłaciliśmy

114,2 miliona SEK

na społeczne inicjatywy inwestycyjne, docierające do **745 517 beneficjentów**.

23%

materiałów pochodzących z **recyklingu** w naszych towarach handlowych, co oznacza wzrost z 18% w 2021 r. i przybliża nas do celu, jakim jest osiągnięcie wartości 30% do 2025 r.

42%

fabryk naszych dostawców poziomu 1 ma reprezentację pracowniczą w postaci związków zawodowych (37% w 2021 r.), a w **34%** obowiązują układy zbiorowe (27% w 2021 r.) pomimo **wyzwań** z jakimi borykają się związki zawodowe.

Podpisaliśmy **umowy na zakup** energii w Wielkiej Brytanii, Szwecji i Hiszpanii, aby zabezpieczyć zużycie energii elektrycznej w naszej działalności na większości rynków europejskich.

1) Z wyłączeniem emisji w fazie użytkowania. 2) W porównaniu z ubiegłym rokiem jest to spadek o 248 kiloton spowodowany zmniejszeniem zapasów w handlu, jak również zwiększoną efektywnością energetyczną, udziałem energii odnawialnej oraz udziałem materiałów pochodzących z recyklingu. 3) W porównaniu z ubiegłym rokiem jest to wzrost o 9270 ton CO₂e, co wynika przede wszystkim z faktu, że nie pozyskujemy certyfikatów energii odnawialnej w Rosji, ponieważ kończymy naszą działalność w tym kraju, a także z pewnych wyzwań związanych z zaopatrzeniem na kilku innych rynkach. 4) Dzięki 21% wskaźnikowi recyklingu wody i 21% poprawie względnej wydajności użytkowania wody.

Oceny zewnętrzne

Wskaźniki wzorcowe (benchmark)

- Fashion Sustainability Index Business of Fashion.

Grupa H&M zajęła czwarte miejsce w rankingu Business of Fashion 2022 benchmark zdobywając pięć punktów więcej niż w ubiegłym roku. Zajęliśmy pierwsze miejsce w kategorii odpadów, drugie w kategorii materiałów i trzecie w kategorii praw pracowniczych.

- **CDP.** Grupa H&M uzyskała w CDP ocenę A- w module klimatycznym i B- w module wodnym. Ocena CDP Forest wzrosła do B- dla produktów bydłowych, B dla drewna i C dla oleju palmowego.

- **Dow Jones Sustainability Index.** Grupa H&M była ujęta w światowym indeksie zrównoważonego rozwoju Dow Jones 11 rok z rzędu. W 2022 r. osiągnęliśmy wynik 61/100 (68/100 w 2021 r.), uzyskując najwyższe możliwe lub najlepsze w swojej klasie wyniki w kilku obszarach, w tym w zakresie praktyk antykonkurencyjnych, środków zarządzania ryzykiem dostawców, ujawniania istotnych informacji, strategii zarządzania związanych z klimatem, sprawozdawczości środowiskowej, sprawozdawczości społecznej i oceny praw człowieka. Byliśmy również notowani w indeksie Dow Jones European oraz uwzględnieni w S&P Global Sustainability Yearbook.

- **Fashion Transparency Index.** Grupa H&M zajęła czwarte miejsce spośród 250 marek modowych i sprzedawców detalicznych poddanych przeglądowi w ramach Fashion Transparency Index Fashion Revolution 2022, osiągając wynik 66% (68% w 2021 r.).

Choć jesteśmy zadowoleni z osiągniętej pozycji, pokazuje ona, że w tym obszarze mamy jeszcze więcej do zrobienia. Będziemy się koncentrować na dalszym wzmacnianiu danych i ujawnianiu informacji, zwłaszcza w sekcji „Poznaj, pokaż i napraw”, która wymaga dalszych szczegółów dotyczących identyfikacji ryzyka, planowania działań, skarg i środków zaradczych.

- **FTSE4Good.** Grupa H&M weszła w skład indeksu FTSE4Good Index Series, który pomaga inwestorom w identyfikacji firm wykazujących się dobrymi standardami środowiskowymi, społecznymi i normami ładu korporacyjnego.

- **Higg Brand & Retail Module (BRM).** Grupa H&M po raz pierwszy publicznie ujawniła wyniki i poddała je weryfikacji. W roku bieżącym wynik BRM Grupy H&M w kategorii środowiska wzrósł z 77,4% do 85,1%, a w kategorii społecznej z 74,3% do 84,3%. Zobacz szczegółowe wyniki po prawej stronie.

- **Platforma Living Wage Financials.** Nasza praca w zakresie wynagrodzeń w naszym łańcuchu dostaw została oceniona jako „zaawansowana” w raporcie rocznym Platformy Living Wage Financials 2022. Byliśmy jednym z zaledwie dwóch członków sektora odzieżowego i obuwniczego uwzględnionych w tej kategorii, a nasza praca w zakresie gromadzenia danych i wpływu w terenie została wyróżniona jako najlepsza praktyka. Dążymy do dalszej poprawy w tym zakresie, ujawniając więcej informacji na temat stosowanych przez nas mechanizmów naprawczych i skargowych.

- **Stand Earth Fashion Fashion Scorecard.** Grupa H&M zajęła pierwsze miejsce w rankingu Stand.earth Fossil Free Fashion Scorecard 2023, analizie 43 marek modowych, uzyskując ocenę B- i A+ za działania w zakresie spraw publicznych.

- **Textile Exchange Corporate Fiber & Materials Benchmark.** Grupa H&M została uznana za jedną z 47 wiodących firm spośród 292 analizowanych w ramach analizy Liderzy istotnych zmian 2021. Byliśmy jedną z 16 firm uznanych za wiodące w zakresie cyrkularności oraz jedną z 17 firm określonych jako wiodące w zakresie postępów w realizacji celów zrównoważonego rozwoju.

- **Ocena Zero Discharge of Hazardous Chemicals (ZDHC) Brands to Zero.** Grupa H&M była jedną z ośmiu marek wyróżnionych tytułem Aspirująca za wiodącą rolę we wdrażaniu zarządzania kwestiami chemicznymi w łańcuchu dostaw.

Nagrody

- **Corporate Responsibility Reporting Awards.** Nasz raport w sprawie zrównoważonego rozwoju za rok 2020 zajął drugie miejsce w kategorii Najlepszy Raport oraz zwyciężył w kategorii Adekwatność i Istotność w roku bieżącym. Raport zdobył również pierwsze miejsce w kategorii „Najlepszy raport ujawniający informacje o emisji dwutlenku węgla”, drugie miejsce w kategorii „Kreatywność w komunikacji” oraz czwarte miejsce w kategorii „Otwartość i szczerść”.



Wyniki H&M Higg Brand & Retail Module 2022

KATEGORIA	ŚRODOWISKOWE	SPOŁECZNE
Systemy zarządzania	100%	95,7%
Marka	81,9%	78,6%
Sklepy	80,0%	92,3%
Operacje i logistyka	78,6%	70,8%

Wskaźniki KPI dla cyrkularności, klimatu i natury

Szczegóły dotyczące poszczególnych celów oraz dodatkowe dane, w tym przyczyny zmian w wynikach w roku bieżącym, znajdują się w odpowiednich częściach rozdziału Cykularność, klimat i natura.

Wskaźniki KPI dla cyrkularności, klimatu i natury ¹	2019	2020	2021	2022	CEL
Klimat: % bezwzględnego ograniczenia (zakres 1 i 2) emisji gazów cieplarnianych w porównaniu z poziomem wyjściowym w 2019 r. ^{2,3}	-	+15%	-22%	-8%	-56% do 2030
Klimat: % bezwzględnego ograniczenia (zakres 3, z wyłączeniem fazy użytkowania) emisji gazów cieplarnianych w porównaniu z poziomem wyjściowym z 2019 r. ³	-	-8%	-3%	-7%	-56% do 2030
Klimat: % zmiana emisji gazów cieplarnianych z działalności własnej (zakres 1 i 2) w porównaniu z rokiem poprzednim ^{3,4}	+8%	+15%	-32%	+18%	Nadzór
Klimat: % zmiana w zakresie 3 emisji gazów cieplarnianych w porównaniu z rokiem poprzednim ³	-3%	-8%	+5%	-4%	Nadzór
Klimat: % zmiana intensywności zużycia energii elektrycznej w naszych sklepach (kwh/m2 na godzinę otwarcia) w porównaniu z poziomem wyjściowym z 2016 r. ^{3,5}	-10%	-17%	-17%	-23%	-25% do 2030
Klimat: % odnawialnej energii elektrycznej w działalności własnej ³	96%	90%	95%	92%	100% do 2030
Woda: % redukcja zużycia wody w produkcji (wodochłonni dostawcy poziomu 1 i 2) w stosunku do poziomu wyjściowego z 2017 r. 6,7	-6%	-4%	-14%	-21%	-25% do 2022
Woda: % wody poddanej recyklingowi w stosunku do całkowitego zużycia wody w produkcji	13%	18%	21%	21%	15% do 2022
Woda: % zmiana w bezwzględnym całkowitym zużyciu wody słodkiej (poziom bazowy 2022) ⁸	Patrz przypis 8	Patrz przypis 8	Patrz przypis 8	Patrz przypis 8	-30% do 2030
Towary handlowe: % materiałów pochodzących z recyklingu lub innych bardziej zrównoważonych źródeł ogółem ³	57%	65%	80%	84%	100% do 2030
Towary handlowe: % innych materiałów pochodzących z bardziej zrównoważonych źródeł ³	55%	59%	62%	61%	Nadzór
Towary handlowe: % materiałów poddanych recyklingowi ³	2%	6%	18%	23%	30% do 2025
Opakowania: % materiałów pochodzących z recyklingu lub innych bardziej zrównoważonych źródeł ⁹	-	-	68%	85%	100% do 2030
Opakowania: % redukcja opakowań z tworzyw sztucznych od poziomu wyjściowego z 2018 r.	-	-24%	-28%	-44%	25% do 2025
Substancje chemiczne: % fabryk dostawców zgodnych z wykazem substancji ograniczonych do produkcji ZDHC	80%	88%	95%	97%	100%
Inicjatywa zbierania odzieży: Tony odzieży zebrane w ramach inicjatywy zbierania odzieży ¹⁰	29005	18800	15944	14768	Wzrost roczny

1) W roku bieżącym nie ujmujemy w raporcie zmiany % w zakresie opakowań, ponieważ jesteśmy w trakcie rewizji celu w tym zakresie oraz strategii opakowań cyrkularnych, w tym nowej wartości wyjściowej. Zakres 1 i 2 to bezpośrednie i pośrednie emisje gazów cieplarnianych z działalności własnej Grupy H&M, np. sklepów, centrów dystrybucyjnych i biur.
2) Patrz strona 88 – oświadczenie o wiarygodności dotyczące tych punktów danych. Proces ograniczonego poświadczenia obejmował: zużycie energii, efektywność energetyczną w sklepach, emisje z działalności własnej (zakres 1 i 2); emisje z transportu, surowców, produkcji odzieży i tkanin (zakres i wszystkie dane dotyczące bawełny i syntetyków, w tym nasze trzy najważniejsze materiały podlegające recyklingowi (bawełna, poliester, poliamid).

3) W 2022 roku wykryliśmy, że współczynnik przeliczeniowy w naszym systemie dla gazu ziemnego zgłaszanego w termach był nieprawidłowy. W związku z tym zaniżaliśmy emisje zakresu 1 o 2072 tCO₂e w 2019 r., 1541 tCO₂e w 2020 r. i o 3408 tCO₂e w 2021 r.
4) W 2021 roku zmodernizowaliśmy system rejestracji godzin otwarcia sklepów dokładnie w momencie, w którym godziny otwarcia wielu sklepów zostały ograniczone lockdownem związanym z pandemią Covid-19. Z tego względu, a także mając na uwadze bezpieczeństwo pracowników, niektóre nieprawidłowości dotyczące godzin otwarcia sklepów w 2021 roku nie zostały odnotowane, co z kolei obniżyło KPI efektywności energetycznej dla tych sklepów za ten rok.
5) Dane za rok 2022 na podstawie danych za okres od I do III kwartału. Dane za rok 2021 ujęte ponownie jako -14% za cały rok – w ubiegłorocznym raporcie podawaliśmy -10,3% w oparciu o okres od I do III kwartału 2021. Od przyszłego roku przejdziemy do raportowania w odniesieniu do naszych nowych celów Strategii Wodnej 2030 w oparciu o dane bazowe z 2022 roku.

6) Obejmuje łącznie 440 dostawców w zakresie produkcji, barwienia tkanin i nadruków zarówno z poziomu 1, jak i poziomu 2 z wodochłonna produkcją na mokro, w oparciu o dane dotyczące wydajności w okresie I-III kw. 2022 r., zgłoszone przez fabrykę i obliczone przy użyciu średnich ważonych dla litrów na kilogram barwionej dzianiny, litrów na metr tkaniny/denimu oraz litrów na jednostkę wypranego produktu.
7) Nowy wskaźnik KPI dodany w 2022 r. w ramach przygotowań do sprawozdawczości od 2023 r.
8) W 2022 roku kontynuowaliśmy doskonalenie systemów zarządzania danymi oraz proces identyfikowalności w celu zapewnienia certyfikowanych opakowań. Aby dostosować się do udoskonalonej metodologii z 2021 r. w celu uzyskania certyfikatów FSC, usunięto dane za rok 2020.
9) Nasza inicjatywa zbierania odzieży została zakłócona przez pandemię Covid-19 w części roku 2020 i w całym roku 2021. Od marca 2022 roku zbiórka odzieży została wstrzymana w Ukrainie, Rosji i na Białorusi.

Wskaźniki KPI dla sprawiedliwości i równości

Szczegóły dotyczące poszczególnych celów oraz dodatkowe dane, w tym przyczyny zmian w wynikach w roku bieżącym, znajdują się w odpowiednich częściach rozdziału Sprawiedliwość i równość.

Wskaźniki KPI dla sprawiedliwości i równości	2019	2020	2021	2022	CEL
Łańcuch dostaw: % fabryk dostawców poziomu 1 z reprezentacją w postaci związków zawodowych ¹	Patrz przypis 2	32%	37%	42%	Nadzór
Łańcuch dostaw: % fabryk dostawców poziomu 1 posiadających układy zbiorowe pracy ¹	Patrz przypis 2	18%	27%	34%	Nadzór
Łańcuch dostaw: % fabryk dostawców poziomu 1 posiadających cyfrowe rozwiązania płatnicze (konto bankowe i/lub pieniądze mobilne)	Patrz przypis 2	82%	91%	87%	Nadzór
Łańcuch dostaw: % pracowników kobiet w łańcuchu dostaw produkcji poziomu ¹	Patrz przypis 2	63%	63%	62%	Nadzór
Łańcuch dostaw: % przełożonych, które są kobietami w łańcuchu dostaw produkcji poziomu ¹	Patrz przypis 2	24%	28%	27%	Wzrost roczny
Łańcuch dostaw: % przedstawicieli pracowników, które są kobietami w łańcuchu dostaw w produkcji poziomu ¹	Patrz przypis 2	59%	62%	63%	Wzrost roczny
Łańcuch dostaw: % fabryk w łańcuchu dostaw produkcji poziomu 1, w których działają komisje ds. zdrowia i bezpieczeństwa ³	Patrz przypis 3	Patrz przypis 3	Patrz przypis 3	98%	Nadzór
Łańcuch dostaw: % dostawców uważa Grupę H&M za uczciwego partnera biznesowego ⁴	96%	96%	98%	89%	Nadzór
Własna organizacja: Ogólny wynik zaangażowania pracowników (People Engagement Pulses – PEP) (na 100)	76	75	76	76	Nadzór
Własna organizacja: % pracowników Grupy H&M zgadzających się ze stwierdzeniem „W Grupie H&M ceni się różnorodność perspektyw” ⁵	Patrz przypis 5	Patrz przypis 5	74%	76%	Wzrost roczny
Własna organizacja: % pracowników Grupy H&M zgadzających się ze stwierdzeniem „Jestem traktowany z szacunkiem i godnością”	82%	80%	83%	84%	Wzrost roczny
Działalność własna: % kobiet	76%	74%	74%	75%	Nadzór
Działalność własna: % kobiet zatrudnionych na stanowiskach kierowniczych	69%	71%	71%	75%	Nadzór
Działalność własna: % kobiet zatrudnionych w zarządzie ⁶	67%	67%	55%	55%	Nadzór
Własna organizacja: % pracowników w markach, którzy przeszli szkolenie z zakresu inkluzji i różnorodności Layers ⁸	Patrz przypis 7	Patrz przypis 7	15%	22%	Nadzór
Własna organizacja: % pracowników w na stanowiskach, którzy przeszli szkolenie z zakresu inkluzji i różnorodności Layers	Patrz przypis 7	Patrz przypis 7	66%	71%	Nadzór
Wspólnotowe inicjatywy inwestycyjne: całkowita liczba beneficjentów	Patrz przypis 7	Patrz przypis 7	368000	745517	Nadzór
Wspólnotowe inicjatywy inwestycyjne: wkład ogółem	Patrz przypis 7	Patrz przypis 7	180,4 miliona SEK	114,2 miliona SEK ⁹	Nadzór

1) Obowiązujące normy prawne obejmują: podstawowe konwencje Międzynarodowej Organizacji Pracy, Konwencja C87 dotycząca wolności zrzeszania się i ochrony praw związkowych z 1948 r., Konwencja C98 dotycząca prawa organizowania się i umów zbiorowych z 1949 r. W przypadku, gdy standardy te nie zostały jeszcze ratyfikowane, zgodnie z wytycznymi dotyczącymi weryfikacji Programu Konwergencji Społeczno-Pracowniczej, odwołaliśmy się do obowiązujących przepisów krajowych.

2) Nowy wskaźnik KPI wprowadzony w 2020 r.

3) Nowy wskaźnik KPI wprowadzony w 2022 r.

4) Ten wskaźnik KPI miał ulec zmianie w roku bieżącym, ponieważ włączamy nasze badanie dostawców do oceny praktyk zakupowych ACT. Ocena ACT przeszła na cykl dwuletni, więc w roku bieżącym nie dokonaliśmy tej zmiany.

5) Nowość od 2021 r., zastępuje poprzedni wskaźnik KPI % pracowników Grupy H&M zgadzających się ze stwierdzeniem „Czuję się komfortowo będąc sobą w pracy”, ponieważ zaktualizowaliśmy platformę oceny zaangażowania pracowników.

6) Obejmuje dyrektorów wybieranych przez Walne Zgromadzenie oraz przedstawicieli pracowników. Nie obejmuje zastępców przedstawicieli pracowników.

7) Nowy wskaźnik KPI wprowadzony w 2021 r.

8) W 2022 roku zrezygnowaliśmy z oddzielnego wskaźnika KPI dla szkoleń Layers na rynkach, ponieważ w ogromnym stopniu pokrywa się ono z danymi z marek.

9) Obejmuje darowizny rzeczowe o wartości 50,3 mln SEK, wkłady pieniężne o wartości 52,7 mln SEK, koszty ogólne zarządzania 9,0 mln SEK, wolontariat pracowniczy o wartości 2,1 mln SEK.

Cyrkularność, klimat i natura

Nasze podejście do cyrkularności, klimatu i natury 23

Klimat i natura

Klimat26

Bioróżnorodność i użytkowanie gruntów32

Woda35

Środki chemiczne38

Wykorzystanie zasobów i oddziaływanie cyrkularne

Przejście do ekosystemu cyrkularnego40

Produkty cyrkularne

— Projektowanie i planowanie asortymentu 41

— Dobór materiałów43

— Mikrowłókna48

Cyrkularny łańcuch dostaw

— Optymalizacja i recykulacja zasobów 49

— Procesy produkcyjne 52

Cyrkularna podróż klienta

— Poszerzanie stosowania zorientowanych na klienta
biznesowych modeli cyrkularnych 53

Cyrkularne produkty, łańcuch dostaw i podróż klienta

— Opakowania 56

— Sklepy, centra dystrybucji i biura 58

Nasze podejście do cyrkularności, klimatu i natury

Tempo zmian klimatycznych i utraty bioróżnorodności jest coraz większe, co z kolei wywiera presję na i tak już wrażliwe ekosystemy i społeczności. Sposób, w jaki my – jako jednostki i organizacje – wykorzystujemy zasoby, jak i szybkość ich zużycia przyczynia się do obu tych kwestii, a także wpływa na społeczności i na źródła utrzymania. Wzajemne powiązania między ludźmi a planetą są obecnie widoczne lepiej niż kiedykolwiek wcześniej, ponieważ istniejące nierówności i zagrożenia dla praw człowieka rosną w wyniku wyczerpywania się zasobów naturalnych i zmian środowiskowych.

Jako globalna firma odzieżowa musimy wziąć odpowiedzialność za naszą rolę w tworzeniu i rozwiązywaniu tych problemów. Dostrzegamy pilną potrzebę i ogromną szansę na kontynuowanie zmian w sposobie działania oraz na współpracę z innymi podmiotami w naszej branży w celu przyspieszenia postępu systemowego.

Pragnąc wywrzeć pozytywny wpływ na środowisko, pracujemy nad znacznym ograniczeniem emisji gazów cieplarnianych (GHG) w bieżącej dekadzie w całym łańcuchu wartości, obniżeniem bezwzględnego zużycia wody, zapewnieniem jakości ścieków i przyczynieniem się do realizacji globalnych celów. Wspieranie gospodarki o obiegu zamkniętym i przejście do ekosystemu cyrkularnego – w którym zasoby są wykorzystywane jak najdłużej – to kluczowe warunki osiągnięcia tych celów i oddzielenia wzrostu naszej działalności od wykorzystania zasobów.

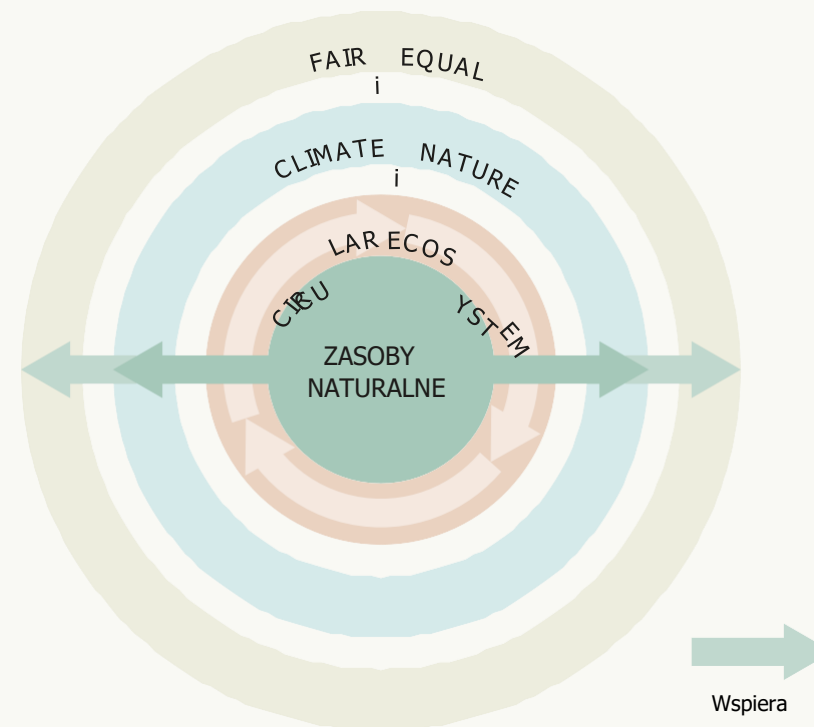
Koncentrujemy się na rozwoju produktów cyrkularnych wykorzystując materiały pochodzące z recyklingu i pozyskiwane w sposób bardziej zrównoważony, umożliwiając tworzenie cyrkularnych łańcuchów dostaw oraz zwiększanie zakresu ponownego wykorzystania, przerabiania i recyklingu naszych produktów.

Wprowadzenie tych zmian będzie miało wpływ na ludzi w całym łańcuchu wartości Grupy H&M. Badamy, co przyszłość mody cyrkularnej o zerowej emisji netto będzie oznaczać dla ludzi i miejsc pracy, abyśmy mogli przeprowadzić sprawiedliwą transformację poprzez wspieranie siły roboczej, która już obecnie jest przygotowywana na ewolucję, jaka zajdzie w branży i będzie mogła z niej skorzystać.

Realizacja i śledzenie postępu systemowego na dużą skalę wymaga:

– **Dostosowanych danych, systemów danych, pomiarów i obliczeń.** Cała branża modowa musi działać na rzecz stworzenia spójnych, umożliwiających porównania danych i metod księgowania – aby zwiększyć transparentność, uniknąć ryzyka fałszywych roszczeń i skutecznie śledzić oddziaływanie na otoczenie. Inwestujemy w poprawę naszych własnych danych oraz współpracujemy z dostawcami i partnerami, aby zachęcać ich do szerszego stosowania wspólnego podejścia i spójnej sprawozdawczości.

Działanie w granicach planety, wywieranie całościowego wpływu



Wykorzystanie zasobów, produkcja, konsumpcja i użytkowanie produktów mają bezpośredni wpływ na ludzi i planetę.

Więcej w raporcie International Resource Panel [Osiąganie celów klimatycznych](#).

Branża modowa musi przejść transformację od liniowego wykorzystania zasobów do systemu, w którym zasoby są wykorzystywane w obiegu zamkniętym, a negatywne oddziaływanie społeczne i środowiskowe ulega obniżeniu.

Jesteśmy w trakcie badania tego, gdzie i jak cyrkularność oraz przemysł o zerowej emisji netto będą oddziaływały na ludzi i społeczności oraz co możemy zrobić, aby ogólnie wzmocnić pozytywne oddziaływanie podczas transformacji.

Nasze podejście do cyrkularności, klimatu i natury

– **Współpraca i innowacje.** Rozwiązanie tych złożonych i wzajemnie powiązanych kwestii wymaga dialogu i wspólnego zaangażowania na rzecz postępu. Współpracujemy z innymi podmiotami i ekspertami, na przykład poprzez pracę z Fundacją Ellen MacArthur (EMF), Fashion Pact, Global Fashion Agenda, Policy Hub, WWF czy poprzez wykorzystanie Ramowej Konwencji Narodów Zjednoczonych w sprawie Zmian Klimatu (UNFCCC). Pogłębiajemy również pracę z decydentami, by pomóc w kształtowaniu środowiska legislacyjnego, które będzie wspierało ideę przemysłu cyrkularnego z zerową emisją netto, przyczyniającego się do zatrzymania procesu degradacji środowiska.

Patrz Wskaźniki KPI dotyczące cyrkularności, klimatu i natury 2022.

H&M Foundation (Fundacja H&M)

Strategia dotycząca planety H&M Foundation (Fundacji H&M) odnosi się do wyzwań związanych z całą Ziemią i każdym etapem łańcucha wartości przemysłu modowego. Jej celem jest przyspieszenie opracowywania właściwych rozwiązań, które przyczynią się do regeneracji, odtworzenia czy stworzenia lepszych warunków do życia, co może z kolei pomóc chronić życie ludzi na całym świecie.

Partnerstwo w ramach programu Planet First pomiędzy Fundacją H&M a Hong Kong Research Institute of Textiles and Apparel (HKRITA) ma na celu wynalezienie technologii i rozwiązań, które uwzględniają wszystkie aspekty naturalnych systemów wsparcia Ziemi. Na przykład projekt Carbon Looper doprowadził do opracowania metody obróbki tkanin bawełnianych, która sprawia, że powierzchnia samej tkaniny wychwytuje dwutlenek węgla z otaczającego ją powietrza. Odzież wychwytyjąca CO₂ jest teraz noszona przez pracowników muzeum Fotografiska w Sztokholmie.



Cele klimatyczne są dla nas „ważnym sygnałem”

Rozmowa z Rachel Kitchin, Rzeczniką ds. Klimatu w Stand.earth o tym, jak nam idzie i co możemy zrobić lepiej

Jakie jest Twoje ogólne wrażenie na temat strategii klimatycznej Grupy H&M oraz sposobu, w jaki prowadzimy program klimatyczny w celu ograniczenia emisji?

Grupa H&M wyraźnie określiła program, który zakłada uzyskanie pozycji lidera wśród największych marek modowych w zakresie dekarbonizacji łańcuchów dostaw i przejścia na energię odnawialną. Jej wpływ na program klimatyczny branży jest widoczny w celach ustalanych przez grupy nadrzędne, takich jak opracowana przez ONZ Karta Mody na Rzecz Działań w Dziedzinie Klimatu. Jako jedna z najbardziej wpływowych marek modowych na świecie, Grupa H&M ma wyjątkową możliwość, a przy tym odpowiedzialność, aby zrezygnować z paliw kopalnych i rozpowszechnić nowe modele biznesowe, które na pierwszym miejscu stawiają trwałą i zrównoważoną odzież, a także promują naprawę, odsprzedaż i wreszcie recykling, przyczyniając się do powstania nowej gospodarki cyrkularnej.

Jakie dostrzegasz najważniejsze punkty strategii klimatycznej Grupy H&M?

Najważniejszym punktem tej strategii jest zobowiązanie wyrażone przez Grupę poprzez wyznaczenie dwóch znaczących i istotnych celów w zakresie dekarbonizacji łańcucha dostaw.

Grupa H&M była jedną z pierwszych dużych światowych marek, która postawiła sobie za cel pełne przejście łańcucha dostaw na odnawialną energię elektryczną do 2030 roku, a także ustalenie jasnego harmonogramu wycofywania kotłów węglowych przez wszystkich dostawców.

Wycofanie się z energii pochodzącej z paliw kopalnych jest kluczem do dekarbonizacji przemysłu odzieżowego, a krótkoterminowy cel Grupy H&M powinien być ważnym sygnałem dla innych podmiotów w branży, że na nich także ciąży odpowiedzialność i mogą one przechodzić na czystą energię.

Jakie powinny być dalsze kroki zmierzające do realizacji strategii klimatycznej?

Grupa H&M wyznaczyła odpowiednie cele klimatyczne, co jest oczywiście ważne, ale teraz musi jasno i transparentnie przedstawić działania, jakie podejmuje, aby te cele osiągnąć, a przy tym wskazać sukcesy i porażki, jaki na tej drodze występują. Oznacza to pełną transparentność w łańcuchu dostaw do poziomu 4, co ma zachęcić do przyjmowania odpowiedzialności za pozyskiwanie surowców oraz stosowanie przejrzystych danych dotyczących kluczowych celów środowiskowych, w tym wycofywania węgla z produkcji energii w celu zapewnienia zgodności z celami energetycznymi.

Jako duży odbiorca ładunków transportowych, Grupa H&M winna bezzwłocznie zająć się także problemem emisji transportowych, zobowiązując się do stosowania czystszych paliw tam, gdzie są one dostępne, a jednocześnie sygnalizując swoje zaangażowanie w bezemisyjną przyszłość transportu, na przykład poprzez przystąpienie do programu First Movers.

Oprócz dekarbonizacji, Grupa H&M może pomóc w uruchomieniu odchodzenia od modelu wykorzystywania modelu surowców kopalnych przenosząc swoje zaangażowanie w surowce z kategorii „bardziej zrównoważone” do nawet następnej kategorii „organiczne lub możliwe do odtworzenia”. W nowym modelu, długoterminowe i dodatnie w rachunku netto metody rolnicze wspierają bioróżnorodność i pomagają prosperować różnym społecznościom, przyczyniając się jednocześnie do wycofania tkanin wytwarzanych z paliw kopalnych.



Klimat

Kryzys klimatyczny wpływa na społeczności, systemy naturalne i organizacje na całym świecie, zaostrowając istniejące problemy i nierówności w zakresie praw człowieka. Zmiany środowiskowe najsilniej dotyczą ludzi i ekosystemy najmniej przygotowane do tego, by sobie z nimi radzić.

Jako duże przedsiębiorstwo jesteśmy odpowiedzialni za szybkie ograniczanie wpływu na klimat w możliwie największym stopniu. Jednak działania dotyczące samego łańcucha wartości to za mało.

Mając to na uwadze, musimy również inwestować i wносить wkład w niezwykle potrzebne działania na rzecz klimatu poza naszym łańcuchem wartości, które umożliwią zarówno Grupie H&M, jak i globalnej gospodarce osiągnięcie zerowej emisji netto w nadchodzących dekadach.

Nasze działania na rzecz klimatu są ściśle powiązane z wysiłkami zmierzającymi do zmniejszenia wpływu na zasoby wodne, bioróżnorodność i użytkowanie gruntów oraz wysiłkami na rzecz praw człowieka, takich jak zdrowie, źródło utrzymania, prawo do ziemi i dostęp do wody.

Nasza strategia klimatyczna

Naszą długoterminową ambicją jest osiągnięcie poziomu zerowego netto zgodnie z normą zerowego oddziaływania netto, zdefiniowaną w ramach inicjatywy Science Based Targets (SBTi). Norma ta koncentruje się na ograniczeniu emisji gazów cieplarnianych przed zbilansowaniem wszelkich niewielkich pozostałych emisji, których nie można uniknąć przy użyciu trwałego¹ usunięcia dwutlenku węgla.

Ujawniamy informacje zgodnie z zaleceniami Task Force on Climate-Related Financial Disclosures (TCFD), które podkreślają ryzyko, jakie zmiany klimatyczne stwarzają dla naszej firmy i dostawców, dając nam możliwość właściwej alokacji środków i strategicznego planowania w celu sprostania tym wyzwaniom.

1) Trwałe usunięcie dwutlenku węgla realizowane w ramach normy zerowej emisji netto jest obecnie definiowane przez SBTi, ale prawdopodobnie będzie oznaczać usunięcie o trwałości wynoszącej >1000 lat.

Kluczowe znaczenie dla ograniczenia emisji gazów cieplarnianych mają nasze wysiłki zmierzające do oddzielenia zużycia zasobów od rozwoju działalności biznesowej. Działamy na rzecz zmniejszenia naszej zależności od nowych zasobów, poszukując jednocześnie sposobów generowania wzrostu poprzez takie oferty dla klientów, jak wypożyczanie, ponowne użycie i recykling oraz wykorzystywanie materiałów pochodzących z recyklingu i innych materiałów pozyskiwanych w sposób bardziej zrównoważony – aby wspierać cyrkularną zerową emisję netto.

Aby wesprzeć zwiększanie skali i przyspieszenie działań na rzecz klimatu w naszej branży i poza nią, opowiadamy się za ambitną polityką w zakresie energii odnawialnej w krajach, w których prowadzimy działalność. Ponadto, aby umożliwić efektywną współpracę, nawiązujemy relacje z interesariuszami z naszej branży i spoza niej.

Działania w ramach naszego łańcucha wartości

Nasze ogólnogrupowe cele klimatyczne to **redukcja bezwzględnej emisji gazów cieplarnianych z zakresu 1 i 2 o 56% oraz emisji gazów cieplarnianych z zakresu 3 o 56%. do 2030 roku w stosunku do poziomu wyjściowego z 2019 roku**. Naszym długoterminowym celem jest **osiągnięcie zerowego bilansu netto do 2040 roku**³. Nasze cele w zakresie redukcji emisji zostały zweryfikowane w 2022 r. przez SBTi.

Przyjęliśmy także kilka celów wspierających, koncentrujących się na różnych aspektach łańcucha wartości:

— osiągnięcie do 2030 roku 25% redukcji intensywności zużycia energii elektrycznej w naszych sklepach w stosunku do poziomu wyjściowego z 2016 r.

— pozyskiwanie do 2030 roku 100% odnawialnej energii elektrycznej w działalności własnej.

- 2) Z wyłączeniem pośredniej emisji gazów cieplarnianych wynikającej z użytkowania sprzedawanych produktów. Współpracowaliśmy w tym zakresie z SBTi, aby wspólnie określić wiarygodne metody łagodzące, które umożliwiłyby ustalenie ambitnego celu integralności dla emisji w fazie użytkowania. Będziemy kontynuować tę współpracę, ale będziemy też dążyć do zaangażowania innych interesariuszy w tworzenie szerszego konsensusu w sprawie ustalania celów redukcji emisji w fazie pośredniego użytkowania.
- 3) Granica docelowa to 100% dla emisji zakresu 1 i 2 oraz 100% granicy minimalnej dla emisji zakresu 3 (co nie obejmuje emisji pośrednich z użytkowania sprzedawanych produktów).

— pozyskiwanie 100% energii elektrycznej w łańcuchu dostaw ze źródeł odnawialnych do 2030 roku.

— pozyskiwanie 30% materiałów z recyklingu do 2025 roku. Aby osiągnąć te cele, koncentrujemy się na następujących kwestiach:

— **Wydajność energetyczna:** Minimalizacja zużycia energii w całym łańcuchu wartości – w tym w działalności własnej i działaniach logistycznych oraz w całym łańcuchu dostaw.

— **Energia odnawialna:** Działamy na rzecz pozyskiwania odnawialnej energii elektrycznej w działalności własnej w 100% i zachęcamy naszych partnerów i dostawców do zwiększania wykorzystania odnawialnej energii elektrycznej, ciepła i pary. Jako firma, należymy do RE100. Od stycznia 2022 roku zaprzestaliśmy nawiązywania współpracy z nowymi dostawcami, jeżeli wykorzystują oni kotły węglowe.

— **Cyrkularność:** Inwestowanie w systemy o większym stopniu cyrkularności i zwiększanie ich zastosowania (skalowanie) w całej naszej działalności – obejmuje to nasze produkty, łańcuchy dostaw i doświadczenia klientów.

Wewnętrzne ceny emisji dwutlenku węgla wspierają nasze zespoły w ograniczaniu emisji gazów cieplarnianych pochodzących z materiałów, procesów produkcyjnych i środków transportu.

Działania poza naszym łańcuchem wartości

Chcemy umożliwić realizację ambitnego programu klimatycznego zarówno w naszej branży, jak i na całym świecie, poprzez wspieranie i angażowanie się w politykę ograniczania wzrostu temperatury do wartości 1,5°C. Dlatego też współpracujemy z decydentami na rzecz opracowania i wspierania przepisów umożliwiających przyspieszoną dekarbonizację naszego łańcucha wartości – na przykład poprzez członkostwo w Komitecie Sterującym Karty działań na rzecz klimatu w przemyśle modowym w ramach UNFCCC, które wykorzystujemy do zachęcania organizacji handlowych i grup branżowych do tego, by wspierały politykę zgodną z Porozumieniem Paryskim.



Ramy działań na rzecz klimatu

	OBSZAR ODDZIAŁYWANIA	DZIAŁANIA
DODATKOWE DZIAŁANIA NA RZECZ SZERSZYCH I PRZYSPIESZONYCH ZMIAN	Łańcuch wartości i nie tylko ¹	4. WSPARCIE Wsparcie, zaangażowanie, współpraca. Tworzenie możliwości i inspirowanie.
	Łańcuch wartości i nie tylko ¹	3. USUWANIE I OCHRONA Usuwanie i trwałe składowanie atmosferycznego CO ₂ . Ochrona istniejących pochłaniaczy dwutlenku węgla w celu uniknięcia emisji i utraty bioróżnorodności wynikających z ich degradacji.
CELE I WYNIKI	Łańcuch wartości	2. REDUKCJA Cele i wydajność działania są dostosowane do nauki (scenariusz 1,5°C).
PODSTAWY	Łańcuch wartości	1. POMIARY I UJAWNIANIE INFORMACJI Zabezpieczanie i gromadzenie danych. Pomiary, doskonalenie, ocena, ujawnianie informacji.

1) Na przykład poprzez angażowanie się w sprawy publiczne i współpracę oraz podejmowanie zobowiązań finansowych w celu ograniczenia oddziaływania na klimat poza działaniami dotyczącymi emisji pochodzących z naszego łańcucha wartości. Inicjatywa Science Based Targets (SBTI) zapewnia większą jasność w zakresie łagodzenia skutków poza łańcuchem wartości w wytycznych, które mają zostać opublikowane w 2023 roku.

Finansowanie redukcji emisji gazów cieplarnianych

Wspólnie z naszymi dostawcami podejmujemy znaczące działania na rzecz wycofania węgla i innych paliw kopalnych z łańcucha dostaw. Całkowite wydatki na dekarbonizację w 2022 roku – w tym np. inwestycje w efektywność energetyczną w naszych sklepach, wspieranie dostawców w działaniach zmierzających do wycofywania węgla oraz zwiększenia udziału materiałów pozyskiwanych w sposób bardziej zrównoważony – wyniosły około 2,6 mld SEK. Inwestycje te obejmują następujące działania:

— Green Fashion Initiative (nasza Inicjatywa na rzecz mody bardziej zrównoważonej), która udostępnia fabrykom dostawców środki finansowe na inwestycje w technologie i procesy niezbędne do obniżenia zapotrzebowania na energię i rezygnacji z paliw kopalnych.

— Fundusz Fashion Climate Fund stworzony przez Apparel Impact Institute. Grupa H&M jest głównym uczestnikiem tego funduszu, którego celem jest prowadzenie wspólnych działań na rzecz ograniczenia emisji gazów cieplarnianych w łańcuchu dostaw branży modowej.

— Sustainable Supplier Facility – we współpracy z Guidehouse, Grupa H&M rozwija instrument umożliwiający markom współinwestowanie w dekarbonizację dostawców.

Zwrot z tych inwestycji mierzymy skalą redukcji emisji gazów cieplarnianych, a nie zyskami finansowymi.

W 2021 roku wyemitowaliśmy obligację powiązaną ze zrównoważonym rozwojem o wartości 500 mln euro, której celem jest m.in. sfinansowanie przyspieszonego przejścia na materiały pochodzące z recyklingu oraz ograniczenie emisji gazów cieplarnianych (zakres 1, 2 i 3) w łańcuchu dostaw – na przykład poprzez inicjatywę „Moda bardziej Zrównoważonej” (patrz str. 28). Subskrypcja była 7,6-krotnie większa od liczby wyemitowanych obligacji, a oprocentowanie jest uzależnione od osiągnięcia przez nas celu w zakresie materiałów pochodzących z recyklingu i redukcji emisji gazów cieplarnianych.

Jedynym sposobem na szybkie wprowadzenie dużych zmian jest współpraca z innymi. Klimat jest kluczowym elementem naszego partnerstwa z WWF, w tym poprzez członkostwo w sieci WWF [Climate Business Network](#). Współpracujemy również z wieloma partnerami w celu ograniczenia emisji w całym łańcuchu dostaw i transporcie. Jesteśmy głównym fundatorem funduszu [Aii Fashion Climate Fund](#) mającego na celu dekarbonizację łańcuchów dostaw w przemyśle modowym, a także członkiem [koalicji LEO](#), która bada opłacalność biopaliw w transporcie morskim. Jesteśmy częścią [The Pathways Coalition](#), [Smart Freight Centre's Clean Cargo](#) oraz [BSR's Sustainable Air Freight Alliance](#), [Green Freight Asia](#) oraz [Network for Transport Measures](#). Wymagamy od przewoźników morskich rejestracji prowadzonych działań na rzecz ochrony środowiska w indeksie [Clean Shipping Index](#) lub [Clean Cargo Smart Freight Centre](#), jak również jesteśmy sygnatariuszem [Arctic Shipping Corporate Pledge](#).

Stosujemy podwójne podejście polegające na realizacji celów redukcji emisji opartych na podstawach naukowych, a jednocześnie wnosimy znaczący wkład poza naszym łańcuchem wartości, wspierając globalny cel ograniczenia wzrostu temperatury do 1,5°C. W roku bieżącym zawarliśmy długoterminowe partnerstwa w dwóch obszarach, w których niezwłocznie potrzebne jest zwiększenie finansowania działań na rzecz ochrony klimatu i natury – patrz [strona 31](#).

Postęp: ogólnie

— Nasza bezwzględna emisja gazów cieplarnianych zakresu 1 i 2 zmniejszyła się o 8% w porównaniu z poziomem wyjściowym w 2019 roku. W porównaniu z ubiegłym rokiem jest to wzrost o 9270 ton CO₂e, co wynika przede wszystkim z faktu, że nie pozyskujemy certyfikatów energii odnawialnej w Rosji, ponieważ kończymy naszą działalność w tym kraju, a także z pewnych wyzwań związanych z zaopatrzeniem na kilku innych rynkach.

— Nasza bezwzględna emisja gazów cieplarnianych zakresu 3 (z wyłączeniem emisji w fazie użytkowania) zmniejszyła się o 7% w porównaniu z poziomem wyjściowym z 2019 roku. W porównaniu z ubiegłym rokiem, oznacza to spadek o 248 kiloton, spowodowany zmniejszeniem poziomu zapasów w handlu, jak również zwiększeniem efektywności energetycznej, udziału energii odnawialnej oraz udziału materiałów pochodzących z recyklingu.

— Liczba fabryk dostawców zgłaszających wykorzystanie kotłów węglowych na miejscu spadła do 70¹ (91 w 2021 r.) ze względu na czynniki takie jak lokalne wycofanie się przez nas z korzystania z węgla, zmiany w bazie naszych dostawców, lokalna polityka oraz nacisk Grupy H&M na zwiększoną elektryfikację produkcji pary. Ściśle współpracujemy z partnerami-dostawcami i lokalnymi interesariuszami w krajach, w których prowadzimy produkcję, na rzecz przyspieszenia całkowitego zastąpienia węgla, a także wspieramy finansowo dostawców w przechodzeniu na fotowoltaikę, ogrzewanie słoneczne i energię ciepłą pozyskiwaną z pozostałości rolniczych. W znacznym stopniu przyczyni się to do osiągnięcia celu w zakresie bezwzględnej redukcji emisji gazów cieplarnianych.

¹⁾ Na podstawie danych za III kwartał.

— powołaliśmy Green Fashion Initiative (Inicjatywę na rzecz mody bardziej zrównoważonej), aby wspierać naszych dostawców w rezygnacji z paliw kopalnych. Od stycznia 2023 roku prowadzimy 17 zatwierdzonych projektów o potencjalnej rocznej redukcji 50 000 tonCO₂e w łańcuchu dostaw Grupy H&M oraz dodatkową redukcję o około 140 000 ton poza naszym własnym łańcuchem wartości.

— Przeprowadziliśmy szkolenia z zakresu wyznaczania celów opartych na wiedzy naukowej dla naszych dostawców i innych firm tekstylnych, z którymi współpracuje WWF w Bangladeszu, Kambodży, Chinach kontynentalnych, Indiach, Indonezji, Pakistanie, Turcji i Wietnamie.²

— W ankiecie dla interesariuszy z 2022 roku 40% interesariuszy ocenia nasze działania na rzecz klimatu jako dobre lub bardzo dobre. Więcej na temat [Współpracy z naszymi interesariuszami](#).

— Jeśli chodzi o logistykę, nasz nowy plan (mapa drogowa) jest dostosowany do celów Grupy w zakresie redukcji emisji gazów cieplarnianych. Opracowaliśmy ramy dla projektowania i budowy przyszłych centrów dystrybucyjnych, mając na uwadze dobrostan naszych pracowników, a także ograniczenie zanieczyszczeń i odpadów, wykorzystanie energii odnawialnej i wspieranie bioróżnorodności (patrz [strona 33](#)).

Postęp: zaktualizowane dane i metody obliczeniowe

²⁾ Obejmowało to trzy sesje szkoleniowe, trzy webinaria i dwie sesje szkoleniowe dla trenerów.

— W roku bieżącym ujednoliliśmy okres sprawozdawczości klimatycznej z rokiem finansowym – od grudnia do listopada – aby przygotować się na nadchodzące przepisy i ułatwić porównanie wyników z naszymi wynikami finansowymi.

— Nieustannie działamy na rzecz poprawy dostępności i jakości danych, aby móc jak najdokładniej analizować uzyskiwane wyniki w zakresie emisji gazów cieplarnianych. W roku bieżącym zaktualizowaliśmy metodę obliczeniową dla transportu, aby osiągnąć wyższy poziom szczegółowości, a w nadchodzącym roku planujemy dalsze przyspieszenie stosowania tej metody w wielu innych kategoriach emisji.

— Wszystkie te zmiany zostały odniesione do wyników historycznych, zarówno w liczbach bezwzględnych, jak i redukcji pomiędzy konkretnymi latami. Widać to w wynikach za rok 2021, w którym postęp od punktu odniesienia (2021 r. w porównaniu z 2019 r., całkowite emisje gazów cieplarnianych z zakresu 3, w tym w fazie użytkowania) wynosi obecnie około -6% w porównaniu do -9% wcześniej ujętych w raporcie za rok 2021. Patrz [strony 29-30](#), jeżeli chcesz zapoznać się ze szczegółowymi informacjami na temat naszych emisji z zakresu 3 z uwzględnieniem i z wyłączeniem fazy użytkowania.

— W miarę wprowadzania kolejnych ulepszeń w danych i metodzie, będziemy nadal aktualizować nasze wyniki historyczne i poziom bazowy z 2019 roku, ale cel obniżenia bezwzględnej emisji gazów cieplarnianych o 56% do 2030 roku pozostanie bez zmian.

Więcej o tym, [jak obliczamy dane dotyczące emisji](#).

Nasze dane dotyczące emisji gazów cieplarnianych

Zakres 1: Cała bezpośrednia emisja gazów cieplarnianych z działalności własnej.

Zakres 2: Pośrednia emisja gazów cieplarnianych pochodząca ze zużycia zakupionej energii elektrycznej, ciepła lub pary wodnej wykorzystywanych w działalności własnej.

Zakres 3: Inna pośrednia emisja gazów cieplarnianych, taka jak emisja wynikająca z wydobycia i produkcji zakupionych materiałów i paliw, działań związanych z transportem w pojazdach niebędących własnością lub niekontrolowanych przez jednostkę sprawozdawczą, działań związanych z energią elektryczną nieobjętych zakresem 2, działań zleconych na zewnątrz oraz usuwaniem odpadów. Obejmuje emisję związaną z surowcami, produkcją tkanin, produkcją odzieży, produkcją towarów innych niż odzieżowe/niekomercyjne oraz zużyciem energii elektrycznej przez klientów.

Więcej o tym, [jak obliczamy dane dotyczące emisji.](#)

Postęp: efektywność energetyczna w naszych działaniach i łańcuchu dostaw

— W naszych sklepach osiągnęliśmy 23% redukcję intensywności zużycia energii elektrycznej na metr kwadratowy i godzinę otwarcia w stosunku do poziomu wyjściowego z 2016 roku. Około 72% naszych sklepów (z wyłączeniem Chin kontynentalnych i Rosji) oraz 75% naszych biur zrealizowało program modernizacji LED¹. Obecnie pracujemy nad planem systematycznej modernizacji wydajnych systemów ogrzewania, wentylacji i klimatyzacji.

— Nasi wewnętrzni eksperci ds. efektywności łańcucha dostaw przeprowadzili 51 lokalnych ocen i zaplanowali działania zmierzające do uzyskania efektywności energetycznej. Oceny wykazały, że potencjał poprawy efektywności energetycznej wynosi prawie jedną piątą w obiektach poziomu 1 i ponad jedną czwartą w obiektach poziomu 2. Przykłady działań już podjętych w wyniku tych ocen obejmują wymianę sprężarek powietrza, wdrożenie odzysku ciepła ze sprężarek powietrza oraz cyfrowy monitoring i sterowanie kotłami parowymi.

¹⁾ W 2021 roku zmodernizowaliśmy system rejestracji godzin otwarcia sklepów dokładnie w momencie, w którym godziny otwarcia wielu sklepów zostały ograniczone lockdownem związanym z pandemią Covid-19. Z tego względu, a także mając na uwadze bezpieczeństwo pracowników, niektóre nieprawidłowości dotyczące godzin otwarcia sklepów w 2021 roku nie zostały ujęte, co z kolei obniżyło KPI efektywności energetycznej dla tych sklepów za ten rok.

Emisja gazów cieplarnianych^{2,3,4,5}

	2019	2020	2021	2022	ZMIANA W % W STOSUNKU DO 2021 R	ZMIANA W % STOSUNKU DO ROKU WYJŚCIOWEGO	CEL
Całkowita emisja zakresu 1 (tony CO ₂ e)	17062	15128	16092	13899	-14	-19	–
Całkowita emisja zakresu 2, w tym z odnawialnych źródeł energii (tony CO ₂ e)	48733	60607	35339	46803	+32 ₆	-4	–
Całkowita emisja zakresu 1 i 2, w tym z odnawialnych źródeł energii (tony CO ₂ e)	65796	75735	51431	60701	+18 ₆	-8	-56% do 2030 r. (stan wyjściowy z 2019 r.)
Całkowita emisja zakresu 3 (kilotony CO ₂ e) w ramach celu określonego na podstawach naukowych (z wyłączeniem emisji w fazie użytkowania)	6102	5605	5899 ₇	5 651	-3	-7	-56% do 2030 r. (stan wyjściowy z 2019 r.)
Całkowita emisja zakresu 3 (kilotony CO ₂ e), w tym emisja w fazie użytkowania	7973	7109	7525	7093	–	–	–

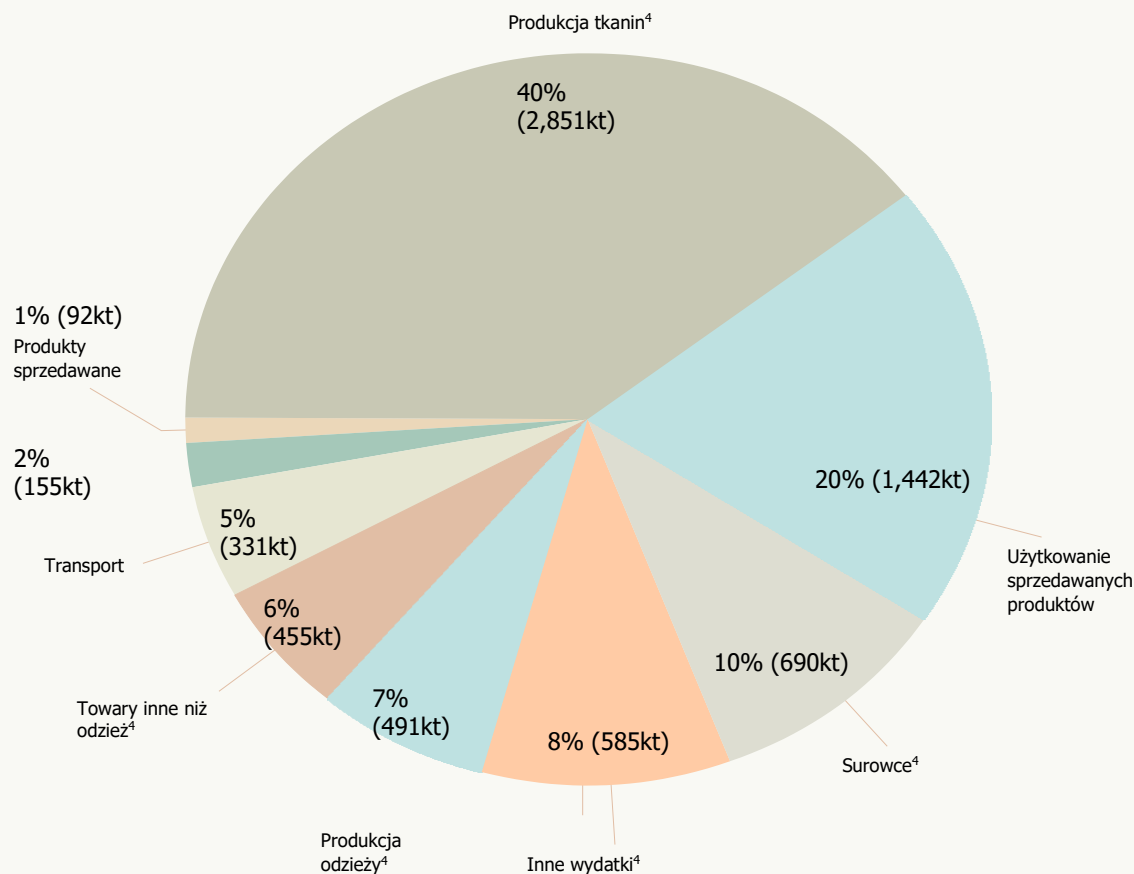
- W 2022 roku zaktualizowaliśmy obliczenia emisji, uwzględniając dane historyczne – patrz strona 28. Przeczytaj więcej o naszych obliczeniach na potrzeby danych.
- Patrz strona 88 – oświadczenie o wiarygodności dotyczące tych punktów danych. Proces ograniczonego poświadczenia obejmował: emisję z działalności własnej (zakres 1 i 2) oraz emisję z transportu, surowców, produkcji odzieży i tkanin (zakres 3).
- Zmieniliśmy rok sprawozdawczy dla danych dotyczących emisji i emisji gazów cieplarnianych, aby dostosować go do naszego roku finansowego. Rachunkowość i sprawozdawczość dotycząca emisji gazów cieplarnianych jest zgodna z protokołem gazów cieplarnianych. Emisja zakresu 2 w ramach podejścia rynkowego wynosi 46 803 ton CO₂e. W ramach podejścia opartego na lokalizacji (z wykorzystaniem średnich wskaźników emisji z sieci) emisja zakresu 2 wyniosła 465 059 ton. Więcej szczegółów i danych można znaleźć w naszej odpowiedzi dla inwestorów CDP dotyczącej zmian klimatycznych 2022. Emisja gazów cieplarnianych obejmuje dwutlenek węgla (CO₂), metan (CH₄), podtlenek azotu (N₂O), wodorofluorowęglowodory (HFC), perfluorowęglowodory (PFC) oraz sześćfluorek siarki (SF₆).
- Emisja z zakresu 1 to cała bezpośrednia emisja z działalności własnej; zakres 2 to pośrednia emisja gazów cieplarnianych wynikająca ze zużycia zakupionej energii elektrycznej, ciepła lub pary wodnej, wykorzystywanych w działalności własnej; zakres 3 obejmuje inną emisję pośrednią, taką jak wydobycie i produkcję zakupionych materiałów i paliw, działania związane z transportem w pojazdach niebędących własnością ani nie kontrolowanych przez podmiot objęty sprawozdaniem, działania związane z energią elektryczną nieobjętą zakresem 2, działania zlecone na zewnątrz oraz usuwanie odpadów. Obejmuje to emisje związane z surowcami, produkcją tkanin, produkcją odzieży, towarami niebędącymi wyrobami odzieżowymi/niehandlowymi oraz zużyciem energii elektrycznej przez klientów. Ograniczenia i uwagi dotyczące zakresu 1 i 2: uwzględniono tylko sklepy otwarte przez cały kwartał; nie uwzględniono samochodów służbowych i wycieków czynnika chłodniczego, nie uwzględniono zużycia energii elektrycznej dla HVAC (ogrzewanie, wentylacja, klimatyzacja) właściciela; zużycie energii elektrycznej obejmuje zarówno dane rzeczywiste, jak i szacunki, przy czym szacunki są dokonywane, jeżeli dane rzeczywiste nie zostały otrzymane w terminie sprawozdawczym; w przypadku sklepów szacunki opierają się na bieżącej średniej godzin otwarcia i powierzchni sklepu, w przypadku innych obiektów, szacunki opierają się na wcześniejszym zużyciu; obejmuje rynkowe emisje z energii elektrycznej.

Ograniczenia i uwagi dotyczące zakresu 3: emisja z franczyzy jest obliczona na podstawie intensywności użytkowania energii elektrycznej na porównywalnych rynkach; nie są uwzględnione dobra kapitałowe, aktywa dzierżawione na wyższym szczeblu łańcucha dostaw, aktywa dzierżawione na niższym szczeblu łańcucha dostaw oraz przetwarzanie sprzedanych produktów; transport na wyższym szczeblu łańcucha dostaw między dostawcami, np. przędzarnią i producentem tkanin, jest uwzględniony we wskaźnikach emisji dla materiałów. Aby spełnić wymogi inicjatywy Science Based Targets, faza użytkowania przez klienta nie jest uwzględniona w celu zakresu 3. Wyznaczymy oddzielny cel dla fazy użytkowania przez klienta. Wskaźniki emisji z zakresu 1 i 2: energia elektryczna – na podstawie danych IEA z GHG Emissions from Fuel Combustion © OECD/IEA 2020, www.iea.org/statistics, licencje www.iea.org/t&c; w wersji zmodyfikowanej przez UL E&S; paliwa – Department for Business, Energy & Industrial Strategy (BEIS), 2021 https://www.gov.uk/government/publications/greenhouse-gas-reporting-conversion-factors-2021. Zakres 3 współczynniki emisji: surowce i produkcja tkanin – Higg MSI; produkcja odzieży – energia elektryczna na podstawie danych IEA z GHG Emissions from Fuel Combustion © OECD/IEA 2020, www.iea.org/statistics, licencja www.iea.org/t&c, zmodyfikowane przez UL E&S; paliwa – 2018 aktualizacja https://www.epa.gov/climateleadership/center-corporate-climate-leadership-ghg-emission-factors-hub; inne wydatki – Defra, 2014, emisja pośrednia z łańcucha dostaw; transport kolejowy, lotniczy, morski, drogowy – współczynniki emisji dostarczone przez Conlogix i NTM 2019.

⁶⁾ Wzrost emisji w zakresie 1 i 2 w porównaniu z rokiem ubiegłym wynikał w dużej mierze ze zmniejszenia udziału energii elektrycznej ze źródeł odnawialnych zakupionej w 2022 roku. Wynika to przede wszystkim z tego, że nie kupujemy certyfikatów energii odnawialnej w Rosji i w pewnym stopniu z problemów z zaopatrzeniem na kilku innych rynkach.

⁷⁾ Od chwili wydania poprzedniego raportu zmieniliśmy okres sprawozdawczy, aby dostosować go do sprawozdawczości finansowej. Nieustannie też doskonalimy stosowaną przez nas metodę obliczeniową i wzmocniliśmy nasze dane dotyczące emisji. Po wprowadzeniu tych zmian, aktualizujemy również dane historyczne. Doprowadziło to do wykazania mniejszego spadku w latach 2019-2021 niż wykazywany wcześniej, głównie ze względu na obniżenie w stosunku do uprzednio wykazywanej emisji w latach wyjściowych, a nie na podwyższenie danych za rok 2021.

Emisja gazów cieplarnianych z



1) Patrz strona 88 – oświadczenie o wiarygodności dotyczące tych punktów danych. Proces ograniczonego poświadczenia obejmował emisję z transportu, surowców, produkcji odzieży i tkanin (zakres 3).
 2) Kategorie oparte są na protokole gazów cieplarnianych. Liczba produktów/wielkość wydatków jest pomnożona przez przybliżone współczynniki konwersji oparte na LCA. Obliczenia w ramach analizy śladu węglowego oparto na połączeniu wysokiej jakości danych Grupy H&M oraz najlepszych dostępnych publicznych źródeł danych dotyczących emisji CO₂e,

przy zastosowaniu konserwatywnych założeń. Zaktualizowaliśmy dane dotyczące emisji, aby zapewnić możliwość porównywalności pomiędzy latami po udoskonaleniu analizy danych – czytaj więcej powyżej. Inna emisja obejmuje podróże służbowe, dojazdy pracowników, franczyzy, działalność związaną z paliwami i energią oraz odpady powstające w trakcie działalności.
 3) Liczby nie sumują się do 100% z powodu zaokrągleń.
 4) Kategoria 1 protokołu gazów cieplarnianych: zakupione produkty.

Zużycie energii w działalności własnej⁵

	2019	2020	2021	2022	CEL
% odnawialnej energii elektrycznej w działalności własnej	96%	90%	95%	92%	100% do 2030
Zużycie energii w ramach działalności własnej (gigadżule), w tym:	6456290	5170934	4992908	4980547	-
Ciepło sieciowe (GJ)	187230	258458	110290	91 008	-
Energia elektryczna (GJ) ⁸	5976174	4640590	4573647	4616563	-
Olej do budynków, gaz ziemny, olej i inne (GJ)	292885	271886	308971	272975	-
Zmniejszenie zużycia energii elektrycznej na metr kwadratowy i godzinę otwarcia (poziom wyjściowy w 2016 roku w porównywalnych sklepach) ⁹	-10%	-17%	-17%	-23%	-25% do 2030 r. 10

Patrz strona 88 – oświadczenie o wiarygodności dotyczące tych punktów danych. Proces ograniczonego poświadczenia obejmował wykorzystanie energii i efektywność energetyczną w sklepach. Wzrost emisji w zakresie 1 i 2 w porównaniu z rokiem ubiegłym wynikał w dużej mierze ze zmniejszenia udziału energii elektrycznej ze źródeł odnawialnych zakupionej w 2022 roku. Wynika to przede wszystkim z tego, że nie kupujemy certyfikatów energii odnawialnej w Rosji i w pewnym stopniu z problemów z zaopatrzeniem na kilku innych rynkach.
 W 2022 roku kontynuowaliśmy prace nad poprawą dokładności danych dotyczących emisji. Naszym celem jest zachowanie przejrzystości w zakresie sposobu obliczania emisji, dalsza nauka i odpowiednie dostosowywanie wykorzystywanego przez podejścia w miarę doskonalenia metod. Więcej o tym, jak prowadzimy obliczenia emisji.

⁸⁾ Uwzględniono energię związaną z użytkowaniem chłodzenia elektrycznego.
⁹⁾ W 2021 roku zmodernizowaliśmy system rejestracji godzin otwarcia sklepów dokładnie w momencie, w którym godziny otwarcia wielu sklepów zostały ograniczone lockdownem związanym z pandemią Covid-19. Z tego względu, a także mając na uwadze bezpieczeństwo pracowników, niektóre nieprawidłowości dotyczące godzin otwarcia sklepów w 2021 roku nie zostały odnotowane, co z kolei obniżyło KPI efektywności energetycznej dla tych sklepów za ten rok.
¹⁰⁾ W naszych Raportach w sprawie Zrównoważonego Rozwoju za rok 2019 i 2020 pojawił się błąd – rok końcowy dla tego celu został błędnie podany jako 2025.

Więcej szczegółowych informacji i danych można znaleźć na naszej stronie internetowej.

Postęp: energia odnawialna w naszych działaniach i łańcuchu dostaw

— 92% energii elektrycznej zakupionej na potrzeby działalności własnej stanowiła energia odnawialna (95% w 2021 roku). Zmiana z roku ubiegłego wynikała w dużej mierze ze zmniejszenia udziału energii elektrycznej ze źródeł odnawialnych zakupionej w 2022 roku. Wynika to przede wszystkim z tego, że nie kupujemy certyfikatów energii odnawialnej w Rosji i w pewnym stopniu z problemów z zaopatrzeniem na kilku innych rynkach.

— W roku bieżącym Grupa H&M podpisała największą w Szwecji umowę zakupu energii słonecznej (PPA). Budowa szwedzkiego parku słonecznego rozpocznie się w 2023 roku i będzie on zaopatrywał Grupę H&M w energię elektryczną ze źródeł odnawialnych po stałej cenie. Stanowi to uzupełnienie wcześniejszych umów zawartych w Wielkiej Brytanii i Hiszpanii. W sumie mamy obecnie zapewnioną moc 200 MW energii odnawialnej, co pozwoli na orientacyjną roczną produkcję na poziomie 300 GWh. Zawierając takie umowy zakupu pomagamy zwiększyć ilość dostępnej energii elektrycznej pochodzącej ze źródeł odnawialnych.

Postęp: transport i logistyka

— Emisja gazów cieplarnianych w transporcie zmniejszyła się z 360 do 331 kiloton CO₂e, w tym o 51% zmniejszyła się emisja związana z transportem lotniczym¹.

— Pracujemy nad strategią preferowanego paliwa dla transportu oraz prowadzimy rozmowy i próby z innowacyjnymi firmami zajmującymi się technologią paliwową i producentami pojazdów.

— Pozostajemy częścią koalicji LEO, która bada opłacalność różnych innowacyjnych paliw z myślą o zmniejszeniu emisji gazów cieplarnianych.

— W kilku regionach na końcowych odcinkach dostaw używamy pojazdów elektrycznych. Korzystaliśmy z preferowanych środków transportu — w tym pojazdów napędzanych w 100% biopaliwem, pojazdów elektrycznych i zeroemisyjnych — na 9% dystansu przebytego ciężarówkami w drugim i trzecim kwartale 2022 roku. Od końca 2022 roku wszystkie zamówienia klientów online w Holandii będą dostarczane w 100% przy wykorzystaniu preferowanych środków transportu.

Postęp: działania na rzecz klimatu i natury poza naszym łańcuchem wartości²

— Dołączyliśmy do programu LEAF (Lowering Emissions by Accelerating Forest Finance) Coalition. Celem tej publiczno-prywatnej inicjatywy jest uruchomienie finansowania na dużą skalę dla krajów zobowiązujących się do istotnego ograniczenia wylesiania obszarów tropikalnych. Szybkie położenie kresu wylesianiu obszarów tropikalnych jest kluczowym elementem realizacji globalnego celu klimatycznego przy jednoczesnym wspieraniu zrównoważonego rozwoju i ochronie bioróżnorodności. Do tej pory Koalicja LEAF zmobilizowała ponad 1,5 miliarda dolarów w zobowiązaniach płatniczych powiązanych z wynikami.

— Zawarliśmy pierwszą wieloletnią umowę na stałe usuwanie dwutlenku węgla (CDR)³ z firmą Climeworks wykorzystującą bezpośrednio wychwytywanie i składowanie powietrza. Wzrost powstającego rynku utylizacji dwutlenku węgla jest niezbędny, aby zarówno Grupa H&M, jak i gospodarka światowa mogły osiągnąć poziom zerowy netto w nadchodzących dekadach, dlatego poszukujemy dodatkowych możliwości współpracy w tym obszarze.

Ustalenia

— Obliczanie dokładnych danych dotyczących emisji gazów cieplarnianych jest skomplikowane. Stale pracujemy nad poprawą jakości danych i metod obliczeniowych.

— Z prac nad naszymi zielonymi inwestycjami dowiedzieliśmy się, że oprócz bezpieczeństwa biznesu i wsparcia finansowego, fabryki dostawców korzystają ze zwiększonej wiedzy na temat dekarbonizacji i z inspiracji do wdrażania strategii redukcji emisji gazów cieplarnianych. Wspieranie przejścia dostawców z gazu i węgla na energię elektryczną będzie kluczowe dla obniżenia emisji w długim okresie, częściowo ze względu na brak odnawialnych substytutów tradycyjnych paliw kopalnych w wielu regionach.

Spojrzenie w przyszłość

— Nadal priorytetem będzie dla nas znalezienie dostawców działających zgodnie z naszymi celami i nakłanianie obecnych dostawców do działania na rzecz niższej emisji gazów cieplarnianych, wspierane przez inwestycje i dane pochodzące z naszych bardziej zrównoważonych inwestycji.

— Nasze bieżące prace nad zwiększeniem skali cyrkularnych modeli biznesowych i zwiększeniem efektywności operacyjnej będą wspierać postępy w realizacji przyjętych przez nas celów klimatycznych.

— Działamy na rzecz realizacji celów w zakresie efektywności energetycznej łańcucha dostaw. Podniesienie jakości danych dotyczących łańcucha dostaw oraz metodologii obliczeń będzie miało kluczowe znaczenie dla umożliwienia dalszych działań w zakresie redukcji emisji.

— Będziemy nadal działać w kierunku wywierania wpływu na decydentów politycznych, aby umożliwić skuteczne działania w zakresie zmian klimatu, takie jak zwiększenie stosowania energii odnawialnej poprzez zawieranie umów PPA. Będzie to miało również skutki poza naszym własnym łańcuchem wartości.

1) Zmieniliśmy systemy obliczania emisji dla międzynarodowego transportu towarowego, aby podwyższyć szczegółowość i kontrolę wewnętrzną. Z tego powodu ponownie obliczyliśmy historyczną emisję dla międzynarodowego transportu towarowego.

2) Czekamy na wytyczne SBTi, których publikacja spodziewana jest w 2023 roku, zanim określimy nasze ogólne plany w zakresie ograniczania oddziaływania poza łańcuchem wartości.

3) Trwałe usunięcie dwutlenku węgla realizowane w ramach normy zerowej emisji netto jest obecnie definiowane przez SBTi, ale prawdopodobnie będzie oznaczać usunięcie o trwałości wynoszącej >1000 lat.

Bioróżnorodność i użytkowanie gruntów

W dłuższej perspektywie sprawne ekosystemy będą niezbędne dla dobrego stanu naszej planety. Tempo utraty bioróżnorodności zagraża bezpieczeństwu naszej branży, która w produkcji materiałów naturalnych opiera się na żyznej glebie, rozwiniętych lasach, wysokiej jakości powietrzu i wodzie, odporności na pożary i powodzie oraz zdrowych zapylaczach.

Kontynuujemy analizę naszego oddziaływania na bioróżnorodność i przyrodę kierując się metodyką [Science Based Targets](#) (Sieci Celów Opartych na Nauce, SBTN) w celu nakreślenia celów opartych na podstawach naukowych i zakresu ujawniania naszego oddziaływania zgodnie z wytycznymi [Taskforce on Nature-related Financial Disclosures](#) ujawnianie informacji finansowych związanych z przyrodą (TNFD).

Chcemy, aby nasze oddziaływanie na bioróżnorodność było pozytywne w ujęciu netto, zgodnie z ramami Avoid, Reduce, Restore, Regenerate, Transform (ARRRT) oraz po to, by realizować globalne [cele](#) uzgodnione podczas COP15. Aby to osiągnąć:

— **Zmieniamy źródła zaopatrzenia w materiały.** Naszym celem jest to, aby do 2030 roku 100% naszych materiałów pochodziło z recyklingu lub było pozyskiwane w sposób [bardziej zrównoważony](#). Zobowiązaliśmy się również do pozyskiwania wyłącznie wełny z certyfikatem Responsible Wool Standard (RWS) oraz drewna, papieru i sztucznych włókien celulozowych (MMCF) z certyfikatem FSC do końca 2025 roku. Już obecnie pozyskujemy 100% bawełny z recyklingu, organicznych i innych bardziej zrównoważonych źródeł, jak również zaopatrujemy się w viskozę wyłącznie u dostawców, którzy otrzymali zieloną ocenę w rankingu Canopy Hot Button Report.

— **Zwiększamy proporcję materiałów pochodzących z recyklingu w naszych produktach**, aby przyczynić się do zmniejszenia negatywnego wpływu na bioróżnorodność związanego z pozyskiwaniem materiałów pierwotnych i ograniczyć ilość ziemi, którą wykorzystujemy. Realizujemy nasze cele, aby do 2025 roku 30% używanych przez nas materiałów i 100% poliestru pochodziło z recyklingu.

— **Rozwijamy zorientowane na klienta cyrkularne modele biznesowe**, które umożliwiają klientom przedłużenie okresu użytkowania odzieży – na przykład poprzez [usługi](#) naprawy, wypożyczania, odsprzedaży czy recyklingu.

— **Pracujemy nad dostosowaniem podaży do popytu**, odpowiednio ustalając poziom asortymentu przy wsparciu sztucznej inteligencji.

— **Inwestujemy w regeneracyjne i transformacyjne rolnictwo i projekty ochrony przyrody**, realizujemy nasz plan – przyczyniając się do dobrostanu i dobrobytu różnych społeczności, a zarazem do odtworzenia siedlisk przyrodniczych (patrz tabela [stronie 33](#)).

Współpraca – z rządami, organizacjami pozarządowymi, partnerami z naszego sektora i spoza niego oraz społecznościami lokalnymi – jest niezbędna do osiągnięcia postępów w zakresie pomiaru oddziaływania i wyznaczania celów w zakresie bioróżnorodności. Na przykład:



— Dzięki partnerstwu z [WWF](#) zajmujemy się wpływem na środowisko w całym łańcuchu wartości i aktywnie wspieramy globalny program WWF Biodiversity Stewardship Programme, zapewniając mu finansowanie i wsparcie doradcze – w tym na przykład przy opracowywaniu Filtra Ryzyka Bioróżnorodności.

— Należymy do Grupy Doradztwa Strategicznego [Business for Nature](#), koalicji dużych przedsiębiorstw i instytucji finansowych, która wzywa do wprowadzenia obowiązkowego ujawniania oddziaływania na środowisko i zależności od niego do 2030 roku.

— Członkostwo w Fashion Pact wspiera nasze działania na rzecz zmniejszenia wpływu na naturę.

— Sponsorujemy platformę [Intergovernmental Science- Policy Platform on Biodiversity and Ecosystem Services](#) (IPBES).

Więcej o naszym [członkostwie](#) i [współpracy](#).

Obniżamy również nasz ogólny wpływ na bioróżnorodność i naturalne ekosystemy poprzez redukcję emisji gazów cieplarnianych przez nasze działania na rzecz [klimatu](#), dążenie do eliminacji usuwania niebezpiecznych [środków chemicznych](#) oraz poprzez współpracę z interesariuszami i społecznościami w zakresie wspólnej wyzwań dotyczących [wody](#).

Ujawniamy dodatkowe informacje na temat naszego wpływu na bioróżnorodność, klimat, lasy i wodę, postępach i planach dotyczących ograniczania oddziaływania poprzez CDP, a także raportujemy oddziaływanie przez indeksy Dow Jones Sustainability Index i Textile Exchange Corporate Fiber and Materials Benchmark.

Dalsze informacje na temat naszego podejścia do [bioróżnorodności](#) i [użytkowania gruntów](#).

Bioróżnorodność i użytkowanie gruntów

Postęp

— Zwiększyliśmy udział materiałów pochodzących z recyklingu lub innych materiałów pozyskiwanych w sposób bardziej zrównoważony do 84%, w tym 23% to materiały pochodzące z recyklingu.

Wprowadzamy praktyki rolnictwa regeneracyjnego jako część naszego planu dotyczącego materiałów, już obecnie składamy zamówienia na regeneracyjną bawełnę w 2023 roku – patrz po prawej.

Zwiększanie identyfikowalności jest kluczowym czynnikiem umożliwiającym stałe działania, których celem jest optymalizacja decyzji dotyczących zaopatrzenia w materiały.

— Pracujemy nad tym, aby oddzielić wzrost i rozwój biznesu od wykorzystania zasobów, sprawdzając i zwiększając wykorzystanie ofert cyrkularnych dla klientów – więcej na ten temat przeczytasz na stronie 53.

— Aby pomóc w oszacowaniu śladu węglowego łańcucha wartości, bierzemy udział w regularnych przeglądach ram SBTN dotyczących ustalania celów opartych na nauce na potrzeby oceny oddziaływania i zależności od przyrody. W ramach naszego członkostwa w Fashion Pact uczestniczyliśmy w projekcie Transforming Fashion for Nature analizującym oddziaływanie naszego łańcucha dostaw skór w Argentynie zgodnie z ramami SBTN na grunty, bioróżnorodność i ekosystemy.

— Nawiązaliśmy współpracę z Textile Exchange's Leather Impact Accelerator (LIA) w celu opracowania najlepszych ramowych praktyk w łańcuchu dostaw skór i aby zapobiec praktykom wylesiania gospodarstw dostawców.

Projekty regeneracyjne i/lub transformacyjne dla kluczowych materiałów

PROJEKT	WSPÓŁPRACOWNICY	CELE I (W STOSOWNYCH PRZYPADKACH) AKTUALIZACJA STATUSU	ROK ROZPOCZĘCIA	CZAS TRWANIA (LATA)
BAWEŁNA				
RegenAgri – Indie	Amiha Agro	Pozyskanie 500 ton certyfikowanego regeneracyjnego włókna organicznego RegenAgri z pierwszego cyklu upraw 2022-23. Wsparcie dla ponad 450 rolników w zakresie rozwijania praktyk regeneracyjnych na łącznej powierzchni powyżej 600 hektarów.	2022	3
REEVA (Regenerative, Ecologically and Economically Viable Agriculture) – Indie	WWF	Wsparcie dla 6000 rolników w dostosowaniu praktyk regeneracyjnych do 2025 r. W 2022 roku projekt rozpoczął się od 150 działek regeneracyjnych, obejmował szkolenia dla 3000 rolników.	2021	5
ROC (Regenerative Organic Certified) – Indie	ASA (Ploughman Agro Private Limited), Suminter India Organics PVT Ltd	Pozyskanie ponad 350 ton <u>ROA</u> – regeneracyjnego włókna organiczne z certyfikatem Bronze z pierwszego cyklu upraw 2022-23. Wsparcie dla ponad 1200 rolników w zakresie rozwoju praktyk regeneracyjnych.	2022	3
RPLC (Regenerative Production Landscape Collaborative) – Indie	Laudes Foundation, IDH The Sustainable Trade Initiative, WWF Indie	Dotarcie do 120000 rolników i objęcie 100000 hektarów regeneracyjnymi praktykami rolniczymi do 2026 roku.	2022	5
WEŁNA				
Projekt odbudowy bioróżnorodności i regeneracyjnego zarządzania gruntami – RPA	BKB & Textile Exchange	Wprowadzenie praktyk regeneracyjnych na ponad 500000 hektarów, wsparcie dla ochrony i odtworzenia właściwego stanu gleby, monitorowanie wyników na 500 hektarach ziemi i realizacja szkoleń dla 1000 rolników BKB.	2022	3
WWF Wool – RPA	WWF	Stworzenie wydajnego pod względem zasobów, odpornego na klimat rolnictwa i regeneracyjnego wypasu zwierząt gospodarskich poprzez umożliwienie 70 drobnym rolnikom i 10 komercyjnym hodowcom owiec, zajmującym łącznie 10000 hektarów, stosowania praktyk rolnictwa regeneracyjnego do 2025 r. Do końca 2022 roku do projektu przystąpiło 3 wielkopowierzchniowych rolników komercyjnych i 39 rolników gminnych.	2022	4
SKÓRA				
Leather Impact Accelerator – Brazylia	Textile Exchange & The Fashion Pact	Wsparcie dla hodowców bydła w zakresie powstrzymywania wylesiania i wspólne tworzenie dostaw <u>skór wolnych od wylesiania i przekształceń (DCF)</u> .	2022	1
RATTAN				
Odnowa i rozwój lasów – Indonezja	WWF	Ponowne zalesienie 50 hektarów ziemi, wzbogacenie 300 hektarów w korytarzu dzikiej przyrody o ogromnym znaczeniu dla orangutanów, który może również zapewnić zrównoważone źródła utrzymania dla lokalnych społeczności dzięki produkcji rattanu.	2022	3

Bioróżnorodność i użytkowanie gruntów

— W 2022 roku 87% papieru i tektury w naszych opakowaniach pochodziło z recyklingu lub było pozyskiwane w bardziej zrównoważony sposób, a naszym celem jest osiągnięcie 100% do 2025 roku. Wykorzystujemy wyłącznie sztuczne włókna celulozowe (MMCF) pochodzące od dostawców, którzy uzyskali zieloną klasyfikację Canopy Hot Button Report i którzy wykazują niskie ryzyko pozyskiwania surowców ze starych i zagrożonych lasów.

— Ocena CDP Forest wzrosła do B– dla produktów bydlęcych, B dla drewna i C dla oleju palmowego.

— Kierując się własną oceną oddziaływania naszych surowców na bioróżnorodność w celu określenia priorytetowych materiałów i lokalizacji, opracowaliśmy szereg projektów wspierających regeneracyjne i transformacyjne praktyki rolnicze. Aby uzyskać więcej informacji – patrz strona 33.

— Nasze zaktualizowane środowiskowe oceny lokalizacji dla potencjalnych nowych centrów dystrybucyjnych obejmują przegląd obszarów chronionych lub krajobrazów, terenów ekologicznych oraz potencjalnych miejsc gniazdowania lub grzędowania ptactwa. Ponadto stosowane przez nas ramowe zasady budowlane wymagają, aby przy wyborze roślinności preferowane były gatunki rodzime lub takie, które są dobrze przystosowane do klimatu lokalnego, tak aby mogły się one samodzielnie utrzymać przy naturalnych opadach. Wszelkie drewno lub produkty drewniane użyte do budowy muszą być pochodzić z odzysku, recyklingu lub posiadać certyfikat FSC, PEFC lub SFI.

— We współpracy z WWF Kambodża uruchomiliśmy aplikację na smartfony WoodAI, która umożliwia identyfikację gatunków drewna za pomocą smartfona i obiektywu makro przy bramie zakładu.

Dzięki temu dostawcy mogą szybko zweryfikować rodzaj drewna trafiającego do ich zakładów, a tym samym uniknąć wykorzystania drewna z gatunków, które mogły pochodzić tylko z lasów naturalnych.

— Nasza Prezes i inni liderzy zrównoważonego rozwoju Grupy H&M wystąpili w panelach na konferencji ONZ Stockholm+50 na temat rozwiązań dotyczących klimatu, przyrody i zanieczyszczeń. Nasza Prezes wystąpiła również na wydarzeniu wysokiego szczebla poświęconym przyrodzie podczas spotkania Światowego Forum Ekonomicznego w Davos w 2022 roku.

— Wraz z WWF i Inter IKEA Group byliśmy gospodarzami Okrągłego Stołu Działania na rzecz Biznesu i Bioróżnorodności zwanego z konferencją Środowiskową Sztokholm +50 – zaprosiliśmy ponad 30 firm z całego świata w celu omówienia roli sektora prywatnego w ochronie i wzmacnianiu bioróżnorodności.

— Jako jedna z pierwszych z 500 firm i instytucji finansowych podpisałyśmy oświadczenie Business for Nature wzywające negocjatorów COP15 do wprowadzenia obowiązku oceny i ujawniania informacji o oddziaływaniu na środowisko. Wspieraliśmy tę kampanię w mediach i zabieraliśmy głos w imieniu Business for Nature podczas rozmów przygotowujących COP15.

Ustalenia

— Znalezienie najlepszych warunków lokalnych dla projektów interwencyjnych jest złożone i wymaga odpowiednio przygotowanych rolników i upraw, a także właściwego otoczenia prawnego, które umożliwi trwałe pozytywne oddziaływanie społeczne i środowiskowe.

W przyszłych projektach na te kroki zostanie przeznaczony więcej czasu.

— Identyfikowalność jest kluczowa do tego, by w pełni zrozumieć nasze oddziaływanie na grunty. Dane wtórne doprowadzą nas do pewnego momentu, ale pozyskiwanie surowców z wiarygodnych lokalizacji geograficznych jest kluczowe dla oceny oddziaływania i wskazania przyszłych celów opartych na ustaleniach naukowych. Podkreśla to konieczność dalszego rozszerzania działań w zakresie identyfikowalności oraz współpracy z interesariuszami, którzy mogą pomóc nam w uzyskaniu identyfikowalności nawet na poziomie gospodarstwa.

— Opracowanie globalnych celów, wraz z jasnymi oczekiwaniami ze strony władz, dotyczącymi określenia wspólnych założeń i miar ich realizacji umożliwi nam szybsze osiągnięcie postępu we współpracy z partnerami w sytuacji, gdy agenda, zakres działań i ich harmonogram są wspólne.

Spojrzenie w przyszłość

— W ramach długoterminowej wizji dotyczącej materiałów, określimy strategię regeneracyjnego pozyskiwania surowców, a także będziemy śledzić przebieg i skutki naszych obecnych projektów regeneracyjnych i wyciągać wnioski z tych działań.

— Będziemy też nadal analizować nasze oddziaływanie na środowisko i włączając bioróżnorodność do procesów decyzyjnych w organizacji. Tworzymy mapę pełnego łańcucha wartości korzystając z metody określonej przez SBTN i dążymy do wyznaczenia opartych na nauce celów w zakresie ograniczania naszego oddziaływania na środowisko. Będziemy nadal wносить wkład w rozwój wytycznych SBTN.



— Naszym celem jest pilotażowe ujawnianie informacji w oparciu o projekt ramowy TNFD, który zaleca przedsiębiorstwom dokonywanie oceny oraz ustalenie hierarchii rodzajów ryzyka finansowego związanego ze środowiskiem w całym łańcuchu dostaw.

— Naszym celem jest podjęcie w 2023 roku określonych czasowo zobowiązań dotyczących zakazu wylesiania i odpowiedzialnego pozyskiwania skór.

Woda

Nie można dłużej postrzegać powodzi, suszy i podnoszenia się poziomu morza jako zjawisk zachodzących w oderwaniu od zmian klimatycznych. Niedawno przeprowadzona ponowna ocena granicy wydajności planety dla słodkiej wody wskazuje, że przekroczyliśmy granicę bezpiecznej strefy, ryzykując wylesianie i degradację gleby wraz ze zmianą poziomu wilgotności. Bez wody dobrej jakości rozprzestrzeniają się zagrażające życiu choroby, a systemy naturalne ulegają degradacji – to zagrożenia, które rosną w wyniku skutków zmian klimatycznych.

Branża modowa zużywa znaczne ilości wody w procesach produkcyjnych i uprawie surowców – Grupa H&M nie jest tu wyjątkiem. W roku bieżącym niszczycielskie powodzie w Pakistanie spowodowały przesiedlenie milionów ludzi i zniszczenie połowy upraw bawełny w kraju, powodując ograniczenia w jej dostępności. Niezbędna jest współpraca władz, marek i innych interesariuszy na obszarze dorzecza lub zlewni w celu rozwiązania problemów dotyczących wody w zakładach i w społecznościach lokalnych oraz łagodzenia skutków katastrof i zapobiegania dalszym katastrofom. Musimy zużywać mniej wody i przyczyniać się do poprawy jakości i dostępności tego ważnego zasobu, aby pomóc chronić całe życie na Ziemi.

Osiągnęliśmy niemal wszystkie cele określone w planie *Water Roadmap 2018-2022*, który skupiał się na poprawie jakości wody, wydajności i recyklingu na poziomie zakładu. W trakcie pandemii Covid-19 wiele fabryk naszych dostawców musiało użytkować maszyny

na bardzo niskim poziomie wydajności z powodu lockdownu i wahań produkcji. Mimo tego nieprzewidzianego wyzwania zrealizowaliśmy nasze cele lub byliśmy bardzo blisko ich realizacji.

Wyniki, jakie osiągnęliśmy wspólnie z naszymi partnerami biznesowymi i interesariuszami zachęciły nas do podwyższenia celów. W związku z tym, że w naszej Strategii Wodnej 2030 określiliśmy nowe ambitne zamierzenia, odchodzimy od względnej efektywności wykorzystania wody na rzecz bezwzględnego ograniczenia jej zużycia, chcąc wyraźnie oddzielić wzrost biznesu od wykorzystania zasobów. Naszym długoterminowym celem jest rozszerzenie planu poza zakłady poziomu 1 i 2 i objęcie nim innych wodochłonnych części naszego łańcucha wartości, takich jak produkcja włókien i faza użytkowania przez klienta.

Postęp

— Wprowadziliśmy w życie Strategię Wodną 2030, opracowaną przy udziale marek, organizacji pozarządowych, ekspertów ds. wody i kluczowych dostawców w każdym regionie.

— Osiągnęliśmy 21% wskaźnik recyklingu wody i 21% poprawę wydajności jej użytkowania w łańcuchu dostaw w porównaniu z poziomem wyjściowym z 2017 roku. Oznacza to łączną redukcję zużycia wody o 38% – to blisko przyjętego celu (40%) pomimo wyzwań związanych z odtworzeniem produkcji po pandemii Covid-19. Ponadto, 49% naszych obiektów zbiera obecnie wodę deszczową, a przyjęty cel wynosi 50%.



1) W oparciu o definicję wspólnego wyzwania wodnego w standardzie AWS Water Stewardship Standard: kwestia związana z wodą, obawa lub zagrożenie wspólne dla obiektu i co najmniej jednego interesariusza w zlewni (zlewniach). Przykłady obejmują fizyczny niedobór wody, pogarszającą się jakość wody i ograniczenia regulacyjne dotyczące przydziału wody.

2) Rzeczywisty cel zostanie ustalony po wyników dla analizie łańcucha dostaw uwzględniających dane z Modułu Społeczno-Pracowniczego 2022 Higg Facility (FSLM).

Strategia Wodna 2030

[Przeczytaj więcej](#) o naszej nowej strategii, w tym o dodatkowych celach na lata 2027 i 2029.

OBSZAR ZAINTERESOWANIA	CELE NA 2025 – DLA WSZYSTKICH BASENÓW	CELE 2030
Niedobór	10% redukcja bezwzględnego całkowitego zużycia wody słodkiej w stosunku do średniego poziomu wyjściowego z 2022 roku.	30% redukcja bezwzględnego całkowitego zużycia wody słodkiej w łańcuchu dostaw w stosunku do poziomu wyjściowego z 2022 roku.
Jakość	Obiekty z bezpośrednim odprowadzeniem spełniają priorytetowe parametry konwencjonalne ZDHC - poziom podstawowy. Obiekty z pośrednim odprowadzeniem spełniają wymagania organu przyjmującego pod względem ładunku zanieczyszczenia ścieków i objętości ścieków.	Wszystkie ścieki powstające w łańcuchu dostaw są oczyszczane w takim stopniu, aby nie miały negatywnego wpływu na zbiornik wodny. Nasi partnerzy biznesowi regularnie ujawniają publicznie dane dotyczące jakości wody.
Zarządzanie	Obiekty określają i będą rozumieć wyzwania związane z wodą, możliwości oddziaływania poza własnymi granicami oraz obecne i przyszłe wspólne wyzwania związane z wodą ¹ .	Grupa H&M wraz z partnerami biznesowymi wzmocniła zarządzanie zasobami wodnymi we wszystkich odpowiednich regionach/zlewniach.
WASH (woda, warunki sanitarne i higiena)	% pracowników dostawców Grupy H&M mających nieograniczony i swobodny dostęp do urządzeń WASH w miejscu pracy – cel do potwierdzenia ² .	Przyczynianie się do tego, aby większość populacji zamieszkującej w dorzeczach o wysokim stopniu zagrożenia, w jakich znajdują się nasi dostawcy, miała wystarczającą ilość przystępnej cenowo, dostępnej, odpowiedniej do warunków klimatycznych wody, odpowiedniej dla ludzi z niej korzystających.
Powodzie i klęski żywiołowe wywołane przez klimat	Obiekty uwzględniają powodzie w strategiach środowiskowych, których celem jest identyfikacja i łagodzenie związanego z nimi ryzyka.	Opracowanie i realizacja, wraz z partnerami biznesowymi, programu, który przyczyni się do obniżenia lokalnego ryzyka wystąpienia powodzi (oraz innych ekstremalnych zjawisk klimatycznych) w zagrożonych regionach.

Woda

— 90% zakładów dostawców, w których przeprowadzono ocenę funkcjonalności lokalnych oczyszczalni ścieków (ETP), uzyskało ocenę zieloną – nie osiągnęliśmy celu 100%
 — 98% odprowadzanych ścieków miało jakość zgodną z ZDHC.

— Zaktualizowaliśmy Indeks Zrównoważonego Rozwoju tak, by uwzględniał on bezwzględną redukcję ilości wody słodkiej i efektywność wykorzystania wody zgodnie z naszymi nowymi celami oraz by lepiej wynagradzać wyniki naszych partnerów biznesowych.

— Ustanowiliśmy nowe dane wzorcowe dla różnych procesów i materiałów tekstylnych, aby dostawcy mogli porównywać zużycie wody dla konkretnych metod z najlepszymi wynikami w klasie.

— Partnerstwo Grupy H&M i WWF wsparło serię WWF 2022 dotyczącą klastrów odzieżowych i tekstylnych w celu zachęcenia przedstawicieli branży modowej do wyjścia poza własną działalność i postrzegania kwestii związanych z wodą w sposób całościowy. Eau Courant: Water Stewardship in Apparel & Textiles omawia wpływ wody i zależności w całym łańcuchu wartości, natomiast Avant-Garde: Water risks and opportunities pokazuje, jak ryzyko związane z wodą wpływa na klastry odzieżowe i tekstylne.

— W Bangladeszu rozpoczęliśmy pilotażową współpracę z WaterAid Sweden w celu przeprowadzenia oceny aktualnych wyników w zakresie WASH (woda, warunki sanitarne i higiena) w łańcuchu dostaw oraz opracowania ram działania w zakresie WASH na poziomie placówek i społeczności.

— Byliśmy jedną z pierwszych firm, które zobowiązały się do przestrzegania zobowiązania Wastewater Zero Światowej Rady Biznesu na rzecz Zrównoważonego Rozwoju (WBCSD), aby wyeliminować zanieczyszczenie ścieków w celu poprawy bioróżnorodności, łagodzenia i dostosowania się do zmian klimatu oraz zwiększenia bezpieczeństwa wodnego.

— W Bangladeszu rozpoczęliśmy współpracę z Alliance for Water Stewardship (AWS). Wraz z innymi markami wyposażymy dostawców i ich interesariuszy w wiedzę, umiejętności i sieci, których potrzebują do tego, by lepiej zrozumieć własne zużycie wody i wpływ na nie, a także to, jak mogą współpracować, by rozwiązać wspólne problemy związane z wodą.

Wnioski

— Aby poprawić funkcjonalność oczyszczalni ścieków (ETP), zaangażujemy firmy zewnętrzne do ich oceny w Indiach, Bangladeszu i Turcji, podwyższamy minimalny poziom wymagań do klasy zielonej i dodajemy kolejne wymagania do naszego podstawowego poziomu zgodności w zakresie jakości ścieków.

— Informacje zwrotne na temat Strategii Wodnej 2030 podkreślają trudności w uzyskaniu dokładnych i porównywalnych danych w celu śledzenia efektywności programu. Koncentrujemy się na rozwoju systemów danych, aby pomóc dostawcom w dostosowaniu się do naszych ambitnych planów związanych z wodą do 2030 roku.

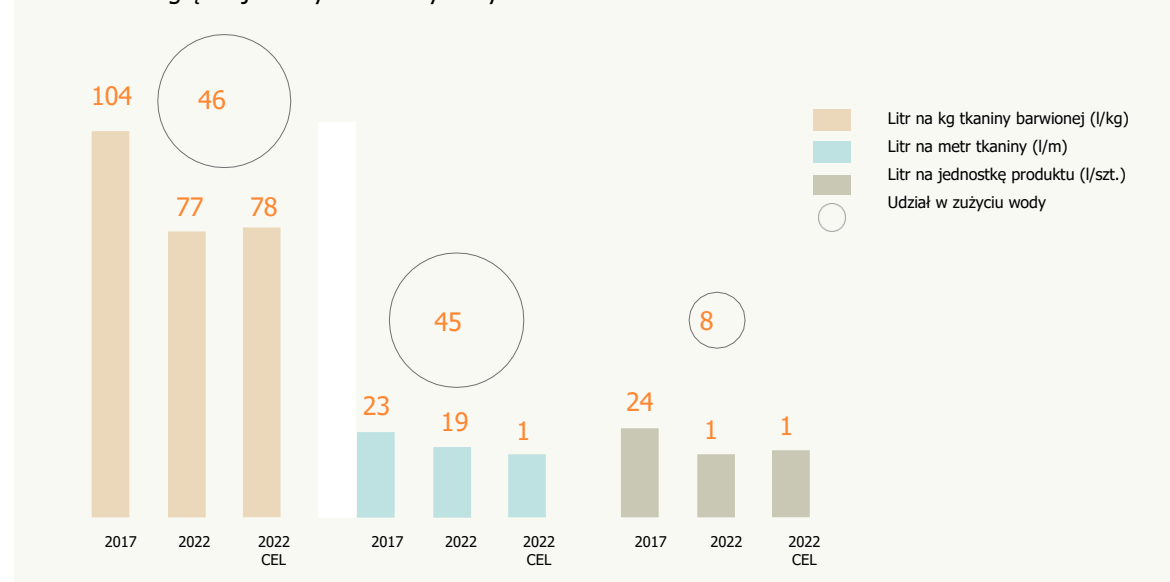
Kluczowe dane dotyczące wydajności użycia wody

	2019	2020	2021	2022	CEL
Obniżenie zużycia wody do produkcji w porównaniu z poziomem wyjściowym z 2017 roku (l/kg, l/pc, l/m) – patrz wykres słupkowy poniżej:	-6%	-4%	-14%	-21%	-25%
Oceny funkcjonalności oczyszczalni ETP uzyskują ocenę zieloną ²	91%	95%	88%	90%	100%
Jakość wody odprowadzanej przez oczyszczalnie ETP jest zgodna z ZDHC (poziom podstawowy)	93%	96%	98%	98%	100%
Woda odzyskana z całkowitego zużycia wody w produkcji	13%	18%	21%	21%	15% (przekroczony wcześniej)

¹⁾ Obejmuje łącznie 440 dostawców w zakresie produkcji, barwienia tkanin i nadruków zarówno z poziomu 1, jak i poziomu 2 z wodochłonną produkcją na mokro, w oparciu o dane dotyczące wydajności w okresie I-III kw. 2022 r., zgłoszone przez fabrykę i obliczone przy użyciu średnich ważonych dla litrów na kilogram barwionej dzianiny, litrów na metr tkaniny/denimu

²⁾ Na podstawie rocznego badania jakości wody z 2022 r. dla 320 obiektów z zakładową oczyszczalnią ścieków i zerowym zrzutem cieczy. Dane ujęte w grudniu 2022 r.

Zmiana względnej efektywności wykorzystania



Woda

— W swoich działaniach, branża modowa koncentruje się na wydajności zużycia wody, a nie na jego redukcji, co nie wystarcza do tego, by zlikwidować przekroczenie granicy wydajności planety dla słodkiej wody. Konieczne jest szersze zaangażowanie sektora, by zapewnić spójniejsze podejście do kwestii. Obejmuje to działania w zakresie gospodarki wodnej na poziomie dorzecza, mające charakter integracyjny i skalowalny, jak również stosowanie lepszych metod i narzędzi do pomiaru oddziaływania na wodę.

Spojrzenie w przyszłość

— W ramach naszej nowej strategii pracujemy nad udoskonaleniem programu oszczędnego gospodarowania wodą, co umożliwi nam uwzględnienie punktów odniesienia (benchmarków) związanych z procesami, a dostawcom – ocenę postępów i ustalenie priorytetów działań. Ponadto, wspólnie z dostawcami, będziemy opracowywać programy mające na celu wzmocnienie lokalnego zarządzania zasobami wodnymi.

— Przy wsparciu WaterAid Sweden przeanalizowaliśmy obecne wskaźniki WASH w FSLM i zidentyfikowaliśmy luki i obszary do poprawy.

— Będziemy nadal z uwagą śledzić rozwój opartych o prace naukowe celów w zakresie słodkiej wody. Dostarczaliśmy informacje zwrotne w trakcie procesu rozwoju i skłoniliśmy SBTN do sformułowania wytycznych dla produkcji odzieży i tekstyliów.

— Aby zapewnić większą porównywalność i wzmocnić postęp, chcielibyśmy przekształcić wykorzystywane przez nas wskaźniki benchmarkingowe dla różnych procesów tekstylnych w standard branżowy – w tym celu zbadamy możliwości współpracy.

— Pragniemy nawiązać szerszą współpracę, aby lepiej zrozumieć zagrożenia związane z wodą i sposoby reagowania w przypadku produkcji surowców takich jak bawełna.



Środki chemiczne

Nowoczesna gospodarka środkami chemicznymi jest niezbędna w cyrkularnych modelach biznesowych i konieczna do tego, by ograniczyć oddziaływanie naszych produktów na klimat i środowisko. Nasz Plan Gospodarowania Środkami Chemicznymi zobowiązuje nas do zapewnienia bezpiecznych i identyfikowalnych substancji chemicznych w łańcuchu wartości poprzez strategiczną współpracę z AFIRM (Apparel and Footwear International Restricted Substance List Management Group), ZDHC (Zero Discharge of Hazardous Chemicals) oraz ChemSec Business Group.

Nasze ograniczenia chemiczne obejmują wykaz substancji objętych ograniczeniami AFIRM oraz wykaz substancji objętych ograniczeniami produkcyjnymi ZDHC 2.0 (MRSL) i zobowiązują nas do stopniowego wycofywania dodatkowych potencjalnie szkodliwych substancji. Od naszych dostawców tekstyliów i skór wymagamy wdrożenia wytycznych ZDHC dotyczących ścieków oraz systemu zarządzania środkami chemicznymi.

Aby mieć pewność, że wybieramy bezpieczne zamienniki chemiczne, stosujemy środki chemiczne oceniane pod kątem zagrożeń przez strony trzecie, takie jak środki z certyfikatem Screened Chemistry¹ wszędzie tam, gdzie jest to możliwe. Przejrzyste informacje o zawartości środków chemicznych są warunkiem wstępnym do przeprowadzenia oceny zagrożeń i uważamy, że przepisy dotyczące środków chemicznych powinny zachęcać do takiego poziomu ujawniania informacji.

1) Certyfikat ToxServices i Scivera.

Postęp

— Byliśmy jedną z ośmiu marek wyróżnionych tytułem „Aspirująca” podczas corocznej oceny w ramach programu liderów ZDHC Brands to Zero.

— 619 naszych dostawców² (99%) należy do programu ZDHC, osiągając zgodność z MRSL na poziomie 97% dla wsadu chemicznego (95% w 2021 r.)³ i 99,96% dla ścieków (99,9% w 2021 r.)⁴. Ścisłe współpracujemy z tymi dostawcami w celu zwiększenia wykorzystania związków chemicznych objętych ZDHC Gateway – internetową branżową bazą danych środków chemicznych zgodnych z ZDHC MRSL. W 2022 roku 88% wykorzystywanych środków chemicznych było objętych gwarancją ZDHC Gateway. Współpracujemy z ZDHC i branżą, aby wprowadzić pozostałe środki chemiczne do ZDHC Gateway – okazało się to trudnym wyzwaniem ze względu na segmentację łańcucha dostaw w różnych regionach.

— Wspierając budowanie potencjału systemów zarządzania środkami chemicznymi naszego łańcucha dostaw, 237 dostawców przystąpiło do programu ZDHC Supplier to Zero, a 136 przeszło szkolenie ZDHC Chemical Management System Technical Industry Guide.

- 2) Zakres obejmuje jednostki przetwarzania na mokro lub jednostki stosujące duże ilości środków chemicznych w łańcuchu dostaw tekstyliów i skóry.
- 3) Zgodność śledzona za pomocą narzędzi firm zewnętrznych BVE3, CleanChain i Bhive.
- 4) Zbiorcze surowe dane z transferu API z bazy ZDHC Gateway.

— Wspieramy tworzenie i pomagamy w kształtowaniu metodologii poziomu „Aspirujący” w ramach rozwiązań nowych ZDHC *Chemicals to Zero*. Dzięki temu branża będzie mogła wybierać środki chemiczne, które są bezpieczniejsze i bardziej efektywne pod względem wykorzystania zasobów.

— Kontynuowaliśmy projekty zastępowania wykraczające poza obowiązujące regulacje prawne, w tym stosowanie bezpieczniejszych alternatyw dla nadmanganianu potasu (używanego do wycierania denimu) w przypadku produktów wykonanych w 100% z tego materiału (79% w 2021 r.) z celem osiągnięcia 100% do 2023 r. Zwiększyliśmy zakres priorytetowo zastępowanych środków chemicznych zaburzających gospodarkę hormonalną – pracę układów hormonalnych.

— Zwiększaliśmy wykorzystanie Screened Chemistry w całym łańcuchu dostaw, osiągając poziom 3% na koniec 2022 roku. Wraz z innymi przedsiębiorstwami z branży dążymy do zwiększenia możliwości dokonywania oceny zagrożeń chemicznych, koncentrując się na materiałach dżinsowych (denim), w których dostępność Screened Chemistry jest większa.

— Rozpoczęliśmy sektorową współpracę w celu opracowania wspólnego wykazu substancji objętych ograniczeniami produkcyjnymi (MRSL) dla produktów twardych, takich jak meble i artykuły dekoracyjne, aby ograniczyć stosowanie niebezpiecznych substancji chemicznych w tych łańcuchach dostaw.

— Razem z ChemSec i innymi organizacjami wysłaliśmy wspólne pismo do Komisji Europejskiej w sprawie przejrzystości chemicznej, którego efektem było spotkanie z Komisarzem UE ds. Środowiska Virginijusem Sinkevičiusem poświęcone temu, jak zachęcić dostawców środków chemicznych do udostępniania pełnych informacji o składzie chemicznym.

Wnioski

— Badamy synergię między gospodarką środkami chemicznymi a innymi obszarami oddziaływania, takimi jak woda, energia, surowce i bioróżnorodność. W roku bieżącym zaczęliśmy badać możliwość ograniczenia zużycia środków chemicznych poprzez określenie najlepszych praktyk, takich jak odzyskiwanie środków chemicznych z procesów. Odkryliśmy się, że brakuje wiarygodnych danych bazowych dotyczących ilości substancji chemicznych w łańcuchu wartości.

— W naszej branży jest wciąż wiele do zrobienia, by procesy produkcyjne były bardziej efektywne pod względem wykorzystania zasobów chemicznych. Kontynuowaliśmy prace nad badaniem sposobów optymalizacji procesów produkcyjnych w Bangladeszu, Indiach i Pakistanie.

Spojrzenie w przyszłość

— Zamierzamy wyznaczyć cel dotyczący zmniejszenia ilości substancji chemicznych stosowanych w łańcuchu dostaw. Pierwszym krokiem jest przegląd naszych obecnych danych i ustalenie poziomu wyjściowego (bazowego).

— Będziemy nadal opowiadać się za globalną harmonizacją klasyfikacji zagrożeń chemicznych i ostrzejszymi wymogami dotyczącymi informacji o zawartości środków chemicznych, aby umożliwić ich bezpieczne zastępowanie.

Przejęcie do gospodarki cyrkularnej wymaga zmian systemowych

Rozmowa z Laurą Balmont, Fashion Lead w Fundacji Ellen MacArthur o tym, jak nam idzie i co możemy zrobić lepiej

Jak Grupa H&M pomaga w transformacji branży modowej?

Po pierwsze poprzez tworzenie ambitnych planów. Grupa H&M była jedną z pierwszych organizacji, która wyznaczyła wizję zmiany w kierunku gospodarki cyrkularnej. W jasny sposób określiło to kierunek działania organizacji. Stworzyła również linię inwestycyjną dla innowacji, która jest szanowana przez innych przedstawicieli branży, a także narzędzie do projektowania cyrkularnego, które może wydłużać żywotność produktów i zwiększać możliwości recyklingu.

Organizacja testowała również wiele rozwiązań z zakresu gospodarki cyrkularnej, od pozyskiwania materiałów z recyklingu po badanie modeli biznesowych, takich jak wypożyczanie, naprawa i dopasowywanie do potrzeb klienta. Jeans Redesign, inicjatywa EMF, doprowadziła do tego, że wiele marek Grupy H&M pokazało, że możliwe jest projektowanie oczekiwanych produktów zgodnie z zasadami gospodarki cyrkularnej.

Jakie widzisz największe wyzwania przed branżą, jeśli chodzi o przejście na cyrkularny model biznesowy?

Cały system musi ulec przekształceniu. Po pierwsze, łańcuchy dostaw są optymalizowane pod kątem jednokierunkowej dostawy przedmiotów. Aby biznesowe modele cyrkularne były opłacalne, konieczne będą ekonomiczne sposoby zbierania, sortowania i obiegu przedmiotów między użytkownikami. Początkowo konieczne będą inwestycje w tworzenie sieci dostaw, które zapewnią taką możliwość.

Ustawodawstwo i przepisy muszą więc nadążać za zmieniającym się otoczeniem. Na przykład przepisy dotyczące klasyfikacji i przemieszczania „odpadów” mogą uniemożliwiać przemieszczanie używanych przedmiotów i utrudniać działania transgraniczne.

Przedsiębiorstwa będą musiały również na nowo zdefiniować sposób dokonywania pomiarów skali sukcesu, ponieważ mierniki wydajności opierają się na modelu liniowym. Po dostosowaniu przez organizację strategii biznesowej i wskaźników wydajności do wyników gospodarki cyrkularnej, ich realizacja stanie się łatwiejsza.

Podobnie zachęty dla klientów są w dużej mierze projektowane na bazie liniowego wzrostu sprzedaży. Jeżeli wskaźniki i bodźce pozostaną niezmienione, to nawet w przypadku wprowadzenia cyrkularnych modeli biznesowych mogą one nie doprowadzić do zmniejszenia produkcji i zużycia zasobów ani do osiągnięcia pozytywnych wyników w zakresie ochrony środowiska.

Czy możemy wspólnie robić więcej, aby przyspieszyć przejście do gospodarki cyrkularnej?

Absolutnie tak, a kluczem jest tu współpraca. Żadna organizacja nie jest w stanie sama fundamentalnie zmienić systemu. Znalezienie sposobów ambitnej współpracy i zaangażowanie wszystkich uczestników łańcucha wartości w pokonywanie największych wyzwań stojących na drodze do postępu przyspieszy przejście do gospodarki cyrkularnej.

Gospodarka cyrkularna jest obecnie silnie obecna w planach branży modowej, jednak przejście na nią wymaga czasu, a także inwestycji w infrastrukturę i innowacje. Zgodne i ambitne działania na rzecz realizacji wizji gospodarki cyrkularnej dla mody są niezbędne zarówno przedsiębiorstwom, jak i decydom.



Przejsie do ekosystemu cyrkularnego

Zobowiązujemy się do odpowiedzialnego korzystania z zasobów

— w celu ograniczenia oddziaływania na środowisko i ochrony systemów naturalnych oraz aby wspierać wzajemnie powiązanych praw człowieka, takich jak prawo do ziemi, do źródła utrzymania i dostępu do wody. Przejsie na ekosystem cyrkularny jest kluczem do uniezależnienia wzrostu działalności od zużycia zasobów. Przed nami jeszcze długa droga – zarówno przed Grupą H&M, jak i przed innymi przedsiębiorstwami – i zdajemy sobie sprawę z konieczności wprowadzenia systemowych zmian w całej branży mody i w naszej firmie.

Aby kierować naszym podejściem, stosujemy się do definicji gospodarki cyrkularnej Fundacji Ellen MacArthur (EMF), która skupia się na trzech kluczowych zasadach:

— Eliminacja odpadów i zanieczyszczeń

— Obieg produktów i materiałów (z uwzględnieniem ich najwyższej wartości)

— Regeneracja środowiska

Wspieramy i dążymy do realizacji wizji dla cyrkularnego przemysłu modowego EMF, w której produkty są zaprojektowane tak, by można ich było częściej używać, wykonane tak, by można było je ponownie wykorzystać, a także wytworzone z bezpiecznych surowców pochodzących z recyklingu lub surowców odnawialnych.

Pracujemy nad ciągłym postępowaniem realizacji tej wizji poprzez inwestowanie w bardziej cyrkularne systemy w naszej działalności oraz ich rozbudowę. Koncentrujemy się na trzech powiązanych ze sobą obszarach:

— **Produkty cyrkularne:** Tworzenie produktów wykonanych w sposób trwały z materiałów bezpiecznych, przetworzonych, regenerowanych lub pochodzących z innych bardziej zrównoważonych źródeł, które mogą być wielokrotnie wykorzystywane (cyrkularność).

— **Cyrkularne łańcuchy dostaw:** Budowanie skalowalnych systemów, w których produkty i materiały krążą w obiegu zamkniętym i są naprawiane, ponownie użytkowane i poddawane recyklingowi z wykorzystaniem procesów produkcyjnych o mniejszym wpływie na środowisko – takich jak farbowanie, nadruki i wykańczanie.

— **Cyrkularna podróż klienta:** Umożliwienie komfortowego sposobu korzystania z mody cyrkularnej, w której produkty są intensywniej używane, a następnie naprawiane, wykorzystane ponownie i poddawane recyklingowi.

Cyrkularny ekosystem mody

Koncentrujemy się na włączaniu cyrkularności w całym naszym ekosystemie poprzez wykorzystanie synergii i wzajemnych powiązań wszystkich elementów łańcucha wartości.



Projektowanie i planowanie asortymentu

Wraz z planowaniem asortymentu, projektowanie jest ważnym pierwszym krokiem do rozwoju bardziej cyrkularnych produktów. Wpływa na każdą fazę produkcji, od wyboru materiału po jego przetwarzanie, a także określa potencjał recyklingu i trwałości. Jest to zatem kluczowe dla optymalizacji wykorzystania zasobów i umożliwienia wprowadzenia cyrkularnych modeli biznesowych, wspierających postęp w realizacji naszych celów klimatycznych i środowiskowych.

Naszym celem jest to, aby wszystkie nasze produkty były do roku 2025 projektowane z uwzględnieniem wymagań cyrkularności. Testujemy i rozwijamy narzędzia i metody, które to umożliwią, w tym nasze narzędzie rozwojowe i przewodnik po produkcji cyrkularnym, Circulator, który jest przewodnikiem dla naszych zespołów ds. produktów handlowych i który jest zgodny z wizją gospodarki cyrkularnej dla mody Fundacji Ellen MacArthur (EMF). Szybka podróż w kierunku projektowania cyrkularnego i zmieniające się otoczenie branży doprowadziły do pojawienia się wielu wniosków i wyzwań, a my nieustannie koncentrujemy się na dostępie do potencjału cyrkularnego naszych produktów do roku 2025 i później oraz na jego ulepszaniu – czytaj na stronie 42.

Circulator dokonuje predykcyjnych ocen takich aspektów jak trwałość, możliwość recyklingu oraz ślad węglowy materiałów i procesów, dzięki czemu nasze zespoły ds. rozwoju produktów mogą dokonywać świadomych wyborów i wypracowywać potencjalne kompromisy.

1) Zgodnie z narzędziem Circulator.

Projektujemy koncentrując się na przeznaczeniu produktu, uznając, że jego użytkowanie zależy od kontekstu, co z kolei wymaga zróżnicowanego wykorzystania zasobów i różnych strategii projektowania, by w efekcie umożliwić recykulację.

Nasi projektanci stosują również Kategoryzację materiałów i kierują się naszymi standardami jakości. Stosujemy testy prania (minimum pięć prań), aby uchwycić i zweryfikować wszelkie znaczące zmiany we wszystkich naszych produktach, a także testy trwałości kolorów i wytrzymałości – takie jak wytrzymałość na rozdarcie, rozciąganie, ścieranie i zsuwanie się szwów.

Postęp

— Dalsze testy i rozwój narzędzia Circulator. Najnowsza wersja dodaje procesy produkcyjne i wykończenia – w tym nadruki, farbowanie, guziki i zamki błyskawiczne – a kolejne są stale dodawane.

— Stworzyliśmy Circulator Academy – wewnętrzny program szkoleniowy wprowadzający w tematykę gospodarki cyrkularnej oraz wskazówki dotyczące projektowania cyrkularnego. W celu zwiększenia zaangażowania i zapewnienia lokalnego podejścia, stworzyliśmy forum ambasadorów jednostek biznesowych i każdej marki wraz z siecią trenerów.

Ponadto wszyscy projektanci i twórcy wzorów zostali przeszkoleni w zakresie naszych narzędzi 3D.

— Choć w projektowaniu nadal koncentrujemy się na przeznaczeniu produktu, od samego przeznaczenia przeszliśmy do modelu w większym stopniu opartego na danych.

Działaliśmy na rzecz zwiększenia zrozumienia przez decydentów potrzeby projektowania zgodnie z przeznaczeniem produktu oraz możliwości, jakie daje przyszłe prawodawstwo UE w zakresie ekoprojektowania, w celu optymalizacji wykorzystania zasobów i obecnie stosowanego kompromisu technicznego pomiędzy trwałością a możliwościami w zakresie recyklingu.

— Przeprowadziliśmy pilotażowe badanie z wykorzystaniem aplikacji Seam do zbierania danych na temat użytkowania odzieży przez klientów – dla których obecnie dostępnych jest niewiele danych. Klienci w Szwecji rejestrowali wykorzystanie odzieży w swojej garderobie w czasie przekazując dane do naszego narzędzia kategoryzacji przeznaczenia produktu.

— Opracowaliśmy wewnętrzne narzędzie uzupełniające Circulator, aby umożliwić zrozumienie i porównanie potencjału cyrkularnego różnych tkanin już na wczesnym etapie rozwoju produktu.

— Pracujemy z innymi podmiotami z branży, w tym ASOS, BESTSELLER i Zalando w ramach Circular Design Consortium. Początkowe priorytety dotyczyły ujednolicenia podejścia i uzgodnienia terminologii. Obecnie rozszerzamy zakres prac tak, by wzmocnić ich oddziaływanie i zwiększyć ich skalę. Nasza współpraca z zewnętrznymi recenzentami, takimi jak Fundacja Ellen MacArthur czy Circular Fashion wspiera jakość naszej pracy w zakresie projektowania cyrkularnego.

— Pracujemy nad podwyższeniem efektywności naszych wzorów zachęcając zespoły produktowe do tego, by ich członkowie dzielili się swoimi metodami i doskonalili praktyki działania. Aby zachęcić do dalszego obniżenia ilości odpadów, opracowaliśmy wewnętrzny raport umożliwiający całej organizacji śledzenie postępów w zakresie zużycia tkanin i wydajności na poziomie Grupy, marki i działu.

— Aby zrozumieć trwałość naszych produktów i przygotować się na nadchodzące inicjatywy UE, zrealizowaliśmy projekt dotyczący trwałości, badając znaczną część naszych najważniejszych materiałów i produktów. Obejmuje to testy trwałości wybarwienia i badania wytrzymałości oraz badania trwałości produktów po wielu praniach, wykraczające poza nasze minimalne wymagania. Wyniki te będą w przyszłości podstawą do opracowania strategii trwałości.

— Firma H&M opracowała kartę wyników jakości dla wybranych grup odzieży w kolekcji męskiej. Określa ona wymagania dotyczące takich aspektów, jak liczba prań, jakie dana odzież może wytrzymać oraz innych aspektów jakościowych. Towarzyszący karcie pulpit jakości produktu wykorzystuje szereg źródeł danych w celu określenia czynników wpływających na jakość, a jego uzupełnieniem są szkolenia dla dostawców w celu przekazania im planów i oczekiwań firmy H&M.

— Nasze marki wprowadziły na rynek kolekcje zaprojektowane w sposób bardziej cyrkularny:

Na rynku pojawiła się kolekcja H&M Let's Make Better Denim oraz pierwsza kolekcja dżinsowa zaprojektowana z myślą o cyrkularności marki Monki i są one zgodne z wytycznymi Jeans Redesign fundacji EMF. Weekday coraz szerzej stosuje wytyczne w całym asortymencie, co obejmuje około 40% kolekcji dżinsowej SS23.

Projektowanie i planowanie asortymentu

— Marka & Other Stories wprowadziła na rynek pierwszą kolekcję kapsułową badającą projektowanie pod kątem cyrkularności, marka Monki wypuściła kolekcję czarnych sukienek, a H&M wprowadziło kolekcje Cherish Waste i Metaverse – wszystkie zaprojektowane przy użyciu Circulatora.

— Firma H&M wprowadziła kolekcję dla noworodków, która uzyskała certyfikat Cradle2Cradle Goldcertyfikat. Odzież i akcesoria są zaprojektowane z myślą o długim okresie użytkowania z możliwością zmiany rozmiaru i wielkości w ramach funkcji „room to grow”.

Ustalania

— Występują problemy z zapewnieniem danych z wczesnych etapów, umożliwiających dokonanie przez narzędzie Circulator oceny predykcyjnej – jesteśmy w trakcie badań nad tym, jak zmienić sposób pracy, aby ten problem rozwiązać.

— Włączenie cyrkularności w prace projektowe jest procesem długim, który wymaga zmiany sposobu myślenia w kierunku szerszego uwzględniania przeznaczenia produktu i całej jego drogi już na etapie projektowania. Wiąże się to z obejmującą wiele funkcji współpracą wielu różnych grup interesariuszy. Integracja wymaga również dobrego zrozumienia tego, jakie znaczenie projektowanie cyrkularne ma dla kwestii przejścia do bardziej cyrkularnego biznesu i realizacji celów związanych z klimatem i środowiskiem.

— Aby w pełni zintegrować projektowanie cyrkularne musimy opracować nowe wskaźniki KPI i inne, które nie będą w pełni oparte na wynikach finansowych.

— Kluczowym wyzwaniem jest obecny brak definicji branżowych dotyczących projektowania cyrkularnego. Dla wypracowania wspólnego zrozumienia zasad projektowania cyrkularnego kluczowe znaczenie ma współpraca i wymiana wiedzy w całej branży, a także z organami odpowiedzialnymi za kreowanie przepisów.

— Możliwość recyklingu zwiększa tworzenie odzieży z materiałów jednolitych, a nie mieszanych, jednak wiąże się to z pewnymi wyzwaniami. Na przykład nici celulozowe mają ograniczoną wytrzymałość i dłuższy czas produkcji. Poznajemy i dostosowujemy się do tych wyzwań dzięki ciągłym innowacjom i współpracy z sortowniami, firmami recyklingowymi i dostawcami.

Spojrzenie w przyszłość

— Będziemy kontynuować testy, prace rozwojowe i włączanie kolejnych zespołów do nastawionych na zasady cyrkularności narzędzi, które będą wykorzystywane dla wszystkich typów produktów handlowych – wykraczając poza samą odzież. Będziemy zwiększać udział produktów projektowanych z wykorzystaniem narzędzia Circulator, doskonaląc samo to narzędzie i zwiększając cyrkularność naszych produktów w miarę zdobywania wiedzy, uzyskiwania lepszych danych i utrwalania się definicji branżowych.

— Współpraca w ramach całej branży będzie nadal przyspieszać postęp.

Planowanie asortymentu

Dokładne planowanie i kwantyfikacja asortymentu produktów to główne czynniki umożliwiające ograniczenie oddziaływania na środowisko i przejście do bardziej cyrkularnego biznesu. Wykorzystując dane i narzędzia 3D, możemy lepiej dobrać asortyment, dostosować podaż do popytu, ograniczyć zapotrzebowanie na fizyczne próbki i skrócić czas prac rozwojowych. W 2022 roku:

— Rozszerzyliśmy zastosowanie sztucznej inteligencji (AI) w łańcuchu dostaw, zwiększając dzięki temu dokładność i precyzję danych, a w konsekwencji obniżając stan zapasów i wolumen produkcji.

— Kontynuowaliśmy wdrażanie rozwiązania Movebox, naszego narzędzia AI, które ułatwia redystrybucję produktów do miejsc, w których jest na nie zapotrzebowanie.

Kontynuowaliśmy wdrażanie opracowanych przez nas modeli AI wykorzystywanych w planowaniu popytu i dostaw przed sezonem. W ramach inicjatywy Assortment Quantification (ASQ) uruchomiliśmy model uczenia maszynowego, którego zadaniem jest szacowanie stopy zwrotu dla zamówień online na podstawie właściwości artykułów, co zastępuje tradycyjną logikę szacowania stopy zwrotu według poszczególnych działów. Wykorzystaliśmy wstępne wnioski z tego modelu i zwiększyliśmy dokładność poziomu zakupów dla różnych rozmiarów odzieży oraz rozpoczęliśmy prace rozwojowe zmierzające do szerszego zastosowania modelu.

— Rozpoczęliśmy szersze wdrażanie narzędzia do wizualnego planowania asortymentu w 3D, jednocześnie rozbudowując je i optymalizując poprzez usprawnienie zarządzania danymi, automatyzację, zastosowanie procesów i standardów.

— Uruchomiliśmy pilotażowy program, który umożliwi naszym klientom wczesne przekazywanie informacji zwrotnych na temat projektu produktów, a także innych, co miało na celu zautomatyzowanie zakupów produktów o dużej trwałości.

— Nasze marki testowały modele biznesowe „na żądanie”, na przykład marka Monki uruchomiła cyfrowy nadruk na żądanie, a H&M wyprodukował pierwszą kurtkę typu „puffer” na zamówienie.

Wstępne wnioski z oferty na żądanie obejmują potrzebę zmiany zachowań klientów – ponieważ wielu z nich jest przyzwyczajonych do wygody wstępnie zaprojektowanego produktu zamiast modeli dostosowanych do potrzeb – oraz potrzebę testowania i skalowania różnych infrastruktur w lokalnych jednostkach produkcyjnych. Nasze zespoły ds. innowacji i sztucznej inteligencji będą nadal wspierać działania związane z planowaniem opartym na popycie i wydajności zapasów.

Dowiedz się więcej o tym, jak pracujemy nad tym, by podnieść efektywność wykorzystania zasobów oraz sprawić, że produkty będą wykorzystywane dłużej.

Dobór materiałów

Nasza branża jest w dużym stopniu uzależniona od materiałów. Dlatego dobór, tworzenie popytu i innowacyjność materiałów o niższym negatywnym oddziaływaniu na środowisko – wraz z ograniczeniem ogólnego zużycia zasobów i oddzieleniem ich od wzrostu działalności są kluczem do naszej strategii.

Wszystkie wybory dotyczące materiałów mają wpływ na klimat, środowisko i ludzi, bez względu na to, czy są to włókna naturalne, takie jak wełna i bawełna, czy materiały syntetyczne, takie jak poliestr lub poliamid. Dobór właściwych materiałów dla naszych produktów i opakowań może przyspieszyć działania na rzecz klimatu i cyrkularności i jest integralną częścią odpowiedzialnych, identyfikowalnych i przejrzystych łańcuchów dostaw. Nasza długoterminowa wizja dotycząca materiałów (patrz ramka) nakreśla nasze zamierzenia i działania skierowane w stronę materiałów pochodzących z recyklingu, możliwych do regeneracji i odpowiedzialnie pozyskiwanych.

Naszym celem jest to, aby **100% wykorzystywanych przez nas materiałów pochodziło z recyklingu lub było pozyskiwane w sposób bardziej zrównoważony do 2030 roku**, w tym **30% materiałów z recyklingu do 2025 roku**. Zapoznaj się z dalszymi informacjami o tym, jak definiujemy bardziej zrównoważone pozyskiwanie dla różnych materiałów w naszej Kategoryzacji materiałów, Polityce odpowiedzialnego pozyskiwania surowców oraz Polityce dotyczącej dobrostanu zwierząt.

Dobór materiałów jest podporządkowany naszej polityce i strategiom, wytycznym Sustainable Apparel Coalition oraz Textile Exchange oraz w stosownych przypadkach niezależnym ocenom cyklu życia (LCA).

Działamy na rzecz zwiększenia identyfikowalności wszystkich naszych kluczowych materiałów.

Aby zrealizować nasze ambitne plany dotyczące przyszłości mody cyrkularnej, umożliwiającej odzyskiwanie materiałów, inwestujemy w nowe materiały, działania regeneracyjne, nowe rozwiązania w zakresie recyklingu, w technologię i infrastrukturę, jak również rozwijamy je i zwiększamy skalę ich stosowania.

Osiągamy to poprzez współpracę z ekspertami branżowymi i innowatorami, w tym laureatami nagrody Fundacji H&M Global Change Award – wraz z naszymi markami, naszym Circular Innovation Lab (Laboratorium Innowacji Cyrkularnych) i naszym ramieniem inwestycyjnym H&M CO:LAB.

Postęp: ogólnie

— Osiągnęliśmy poziom 84% materiałów pochodzących z recyklingu lub innych bardziej zrównoważonych źródeł w porównaniu do 80% osiągniętych w 2021 roku. Postęp na drodze do uzyskania 100% jest w dużej mierze efektem większego wykorzystania materiałów pochodzących z recyklingu, takich jak bawełna i poliestr.

— Kontynuowaliśmy lub uruchomiliśmy kilka projektów, przyczyniających się szerszego stosowania regeneracyjnych źródeł różnych włókien, o czym więcej w części Bioróżnorodność.

— Raport Textile Exchange 2021 Material Change Insights Report wskazał Grupę H&M jako jednego z 47 ogólnych liderów, jednego z 17 liderów Celów Zrównoważonego Rozwoju oraz jednego z 16 liderów cyrkularności (wśród 292 analizowanych firm).

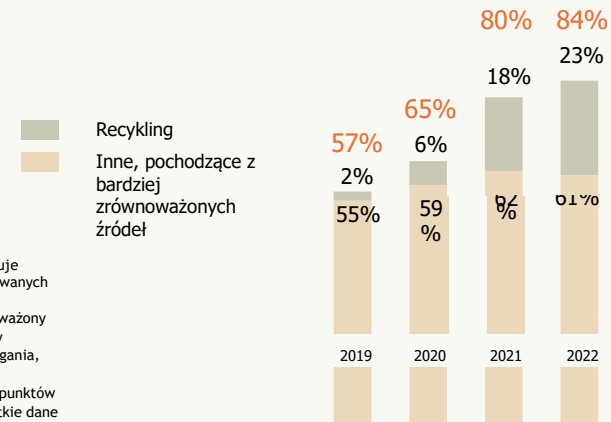
% materiałów pochodzących z recyklingu lub innych bardziej

Cele

Do 2025: 30% z recyklingu

Do 2030: 100% z recyklingu lub z bardziej zrównoważonych źródeł

- 1) Na podstawie danych z sezonu 5 i sezonu 6 na rok 2022. Obejmuje wszystkie materiały zewnętrzne - nie obejmuje materiałów używanych jako wypełnienie, podszewka lub wykończenia odzieży.
- 2) Nie wszystkie materiały pozyskiwane w sposób bardziej zrównoważony mogą być naturalnie uprawiane lub hodowane, np. minerały czy kamienie. W takich przypadkach określamy indywidualne wymagania, aby zapewnić ich bardziej zrównoważone pozyskiwanie.
- 3) Patrz strona 88 - oświadczenie o wiarygodności dotyczące tych punktów danych. Proces ograniczonego poświadczenia obejmował wszystkie dane dotyczące bawełny i syntetyków, w tym trzy nasze najważniejsze materiały pochodzące z recyklingu (bawełna, poliestr, poliamid).



Nasza wizja materiałów

Praca z materiałami to ciągły proces wymagający progresywnego podejścia. Materiały muszą być poddawane regularnej ocenie, abyśmy mogli mieć pewność, że uwzględniamy wszelkie najnowsze osiągnięcia naukowe, najlepsze praktyki i wiedzę – oraz abyśmy mogli reagować na zmiany na rynkach materiałów powodowane globalnymi, zdarzeniami, zmianami społecznymi i środowiskowymi. Zgodnie z tym, opracowaliśmy długoterminową wizję dotyczącą materiałów, **aby wykonać krok w kierunku sektora materiałów trwałych i cyrkularnych, który pozostaje w granicach planety, poprawia warunki życia i rozwija się dzięki innowacjom.**

Nasza wizja przyszłości opiera się na trzech filarach: recyklingu, regeneracji i odpowiedzialności.

– **Recykling:** priorytet dla materiałów używanych, występujących w obiegu zamkniętym i poddanych recyklingowi, oferujących potencjał do ponownego wykorzystania i recyklingu.

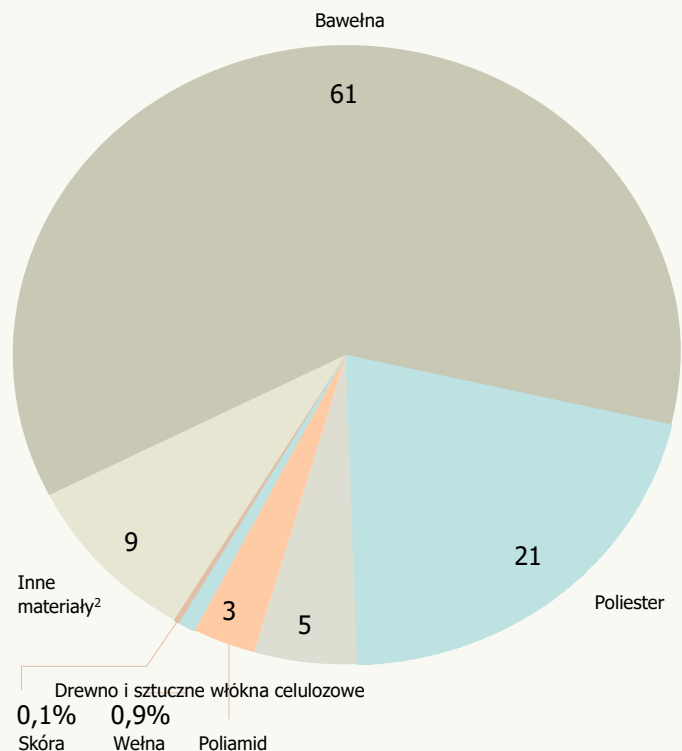
– **Odzysk (regeneracja):** wykorzystanie surowców pierwotnych produkowanych przy wykorzystaniu regeneracyjnych praktyk rolniczych, które przyczynią się do polepszenia stanu gleby, rozwoju źródeł utrzymania i rozwoju ekosystemu.

– **Odpowiedzialność:** pozyskiwanie materiałów z ogólnym celem ograniczenia oddziaływania na środowisko, poszanowania praw człowieka i ochrony dobrostanu zwierząt. Jest to podstawa wszystkich naszych decyzji dotyczących pozyskiwania materiałów. Nasze podejście do ich odpowiedzialnego doboru uwzględnia wytyczne Organizacji Współpracy Gospodarczej i Rozwoju (OECD) oraz Wytyczne ONZ dotyczące biznesu i praw człowieka, a także wspiera naszą zgodność ze zmieniającymi się przepisami dotyczącymi praw człowieka i środowiska.

Dobór materiałów

Nasz koszyk materiałów¹

Udział poliestru w 2022 roku był nieco wyższy niż w 2021 roku ze względu na wzrost wykorzystania poliestru z recyklingu. Nieznacznie zmniejszyło się nasze wykorzystanie drewna i sztucznych włókien celulozowych. Pozostałe dane pozostają stosunkowo stabilne w stosunku do roku 2021.



¹⁾ Na podstawie danych z sezonu 5 i sezonu 6 na rok 2022. Obejmuje wszystkie materiały zewnętrzne – nie obejmuje materiałów używanych jako wypełnienie, podszewka lub wykończenia odzieży.

²⁾ Obejmuje takie materiały jak akryl, len, juta, elastan i metale.

Postęp: bawełna

— W 2022 roku kontynuowaliśmy pozyskiwanie 100% bawełny pozyskanej z bardziej zrównoważonych źródeł (z recyklingu, organicznej i innej bardziej zrównoważonej bawełny).³ Obejmuje to 4% wzrost zarówno w przypadku bawełny pochodzącej z recyklingu, jak i innej bawełny pozyskiwanej w sposób bardziej zrównoważony, a także równoważny spadek wykorzystania bawełny organicznej.

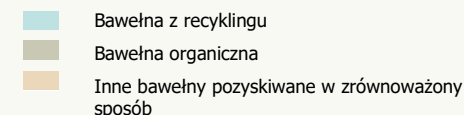
— Opracowaliśmy długoterminową wizję i plan działania dla bawełny na rok 2030, dostosowany do naszej ogólnej wizji materiałowej. Główne obszary naszego zainteresowania to zwiększanie skali recyklingu i regeneracji bawełny, stałe inwestycje w innowacje mające na celu wydłużenie włókien, podwyższenie jakości i trwałości bawełny pochodzącej z recyklingu, testowanie i skalowanie alternatywnych rozwiązań dla bawełny, wspieranie źródeł utrzymania i równości płci w społecznościach zajmujących się produkcją bawełny oraz zwiększanie identyfikowalności.

Wspieranie szerszego stosowania upraw regeneracyjnych i zwiększenie ilości, jakie możemy pozyskiwać, nawiązanie współpracy w ramach kilku projektów regeneracyjnych dotyczących bawełny (patrz tabela na stronie 33).

— Aby przyspieszyć przejście na produkcję bardziej zrównoważoną, będziemy nadal rozszerzać zastosowanie bawełny „na etapie konwersji”.

³⁾ Inne bardziej zrównoważone źródła bawełny to bawełna pozyskiwana w ramach Better Cotton Initiative (BCI), bawełna organiczna „na etapie konwersji”, bawełna pochodząca z odzysku oraz bawełna z innych innowacyjnych źródeł.

% całkowitej ilości bawełny pochodzącej z recyklingu, organicznej lub z innych bardziej zrównoważonych źródeł^{3,4}



Cel

Kontynuacja pozyskiwania bawełny pochodzącej w 100% z recyklingu, bawełny organicznej lub innej pozyskiwanej w sposób zrównoważony.

⁴⁾ Patrz strona 88 – oświadczenie o wiarygodności dotyczące tych punktów danych. Proces ograniczonego poświadczenia obejmował wszystkie dane dotyczące bawełny i syntetyków, w tym nasze trzy najważniejsze materiały pochodzące z recyklingu (bawełna, poliester, poliamid).

Dobór materiałów

— W 2022 roku nasze pozyskiwanie bawełny BCI przyczyniło się do:¹

– zaoszczędzenia 31 miliardów galonów wody.²

– uniknięcia zastosowania 74 500 kilogramów pestycydów.

– Osiągnięcia dodatkowego zysku przez rolników w kwocie 57 mln USD.

— Wsparcie Grupy H&M dla projektów w ramach Organic Cotton Accelerator i innych inicjatyw związanych z bawełną organiczną w Indiach w sezonie uprawowym 2021-2022 zaowocowało:

– włączeniem 13 410 rolników w projekty dotyczące bawełny organicznej.

– uzyskaniem przez rolników, wspierających inwestycje w rolnictwo organiczne premii w kwocie 1,73 mln USD.

– zakupem 100% ilości objętych zobowiązaniem przez marki Grupy H&M.

— Kontynuowaliśmy współpracę z Materra™ nad nową metodą uprawy bawełny, która ma potencjał zwiększenia plonów i podwyższenia jakości włókien przy jednoczesnym ograniczeniu zużycia wody i pestycydów. Nasze Circular Innovation Lab współpracowało z marką Materra w celu uruchomienia w Indiach pilotażowego projektu, w ramach którego pierwsze plony zostaną zebrane pod koniec 2022 r. i wykorzystane przez markę COS.

Gospodarstwo bada dziesięć indyjskich odmian bawełny pod kątem wydajności i jakości w celu optymalizacji przyszłej produkcji, a także zbiera dane z analizy cyklu życia w celu przeprowadzenia analizy porównawczej z bawełną konwencjonalną. W 2023 roku gospodarstwo będzie prowadzić badania i prace rozwojowe w zakresie cyrkularnych systemów zamkniętych w celu zgromadzenia i ponownego wykorzystania nadmiaru zasobów, takich jak materiały, składniki odżywcze, woda i sprzęt produkcyjny.

Postęp: materiały syntetyczne

— Zobowiązaliśmy się do stopniowego wycofywania poliestru bez dodatku materiałów z recyklingu w miarę zbliżania się do osiągnięcia przyjętego celu, jakim jest **pozyskiwanie do 2025 roku 100% poliestru z recyklingu**. W 2022 r. 74% wykorzystywanego przez nas poliestru pochodziło z recyklingu, który ma znacznie niższy poziom emisji gazów cieplarnianych niż konwencjonalne źródła. Pracujemy nad tym, aby w coraz większym stopniu przechodzić na poliester pochodzący z recyklingu tkanin.

— Zwiększamy wykorzystanie poliestru pochodzącego z recyklingu tkanin i planujemy podwoić je w przyszłym roku. Badamy również skalowalne, zautomatyzowane techniki sortowania i recyklingu chemicznego w celu zwiększenia dostępności.

— Współpracowaliśmy z Textile Genesis nad poprawą identyfikowalności poliestru pochodzącego z recyklingu.

Postęp: włókna drewnopochodne i celulozowe wytwarzane przez człowieka (MMCF)

— Opracowaliśmy długoterminową wizję i plan na 2030 rok dla sztucznych włókien celulozowych (MMCF). Dotyczy on zwiększenia wykorzystania surowców nowej generacji, priorytetowego traktowania surowców wtórnych z tkanin oraz rozbudowy infrastruktury recyklingu.

Nowy plan wspiera przyjęte przez nas cele i zobowiązania:

– **Do końca 2025 roku chcemy pozyskiwać włókna MMCF wyłącznie ze źródeł certyfikowanych przez FSC lub zastąpić je włóknami nowej generacji pochodzącymi z takich źródeł, jak odpady rolnicze oraz tekstylia przedużytkowe i poużytkowe.** Będzie to stanowić uzupełnienie wymogu, jaki stawiamy przed producentami włókien MMCF, którzy muszą poddać się weryfikacji CanopyStyle i zakwalifikować się do grupy niskiego ryzyka. Od 2020 roku zaopatrujemy się w wiskożę wyłącznie u dostawców, którzy otrzymali zieloną ocenę w rankingu Canopy Hot Button Report.

– **Do końca 2025 roku pozyskiwanie wiskozy zgodnie z naszym zobowiązaniem zawartym w planie Changing Markets.**

– **Do końca 2025 roku całe drewno i materiały drewnopochodne wykorzystywane w naszych produktach i opakowaniach będą pochodziły z odpowiedzialnie zarządzanych lasów certyfikowanych przez FSC lub będą wykonane z materiałów pochodzących z recyklingu.**

– Kwestie prawa do ziemi i praw ludności rdzennej mogą znaleźć się w obszarze naszego zainteresowania w związku z włóknami i produktami pochodzenia leśnego, co wpisze się w zakres naszych działań, których celem jest zapobieganie naruszeniom praw człowieka lub łagodzenie takich naruszeń.

— Współpracujemy z TextileGenesis w ramach badań możliwości włączenia identyfikowalności w łańcuchy dostaw włókien MMCF.

— Rozszerzyliśmy zakres stosowania innowacyjnych włókien MMCF:

– Nasz Circular Innovation Lab i ARKET we współpracy z firmą SPINNOVA® wyprodukowały kapsułową kolekcję wykonaną z innowacyjnego włókna naturalnego produkowanego w Finlandii z certyfikowanego drewna. Tworzenie tego włókna wiąże się z minimalnym zużyciem wody i emisją gazów cieplarnianych, a także skutkuje zerową ilością odpadów. Stosowane jako alternatywa dla bawełny, włókna SPINNOVA® oferują potencjał wielokrotnego recyklingu bez utraty jakości.

— H&M Group i H&M CO:LAB wspierały Renewcell, a celem był zwiększenie produkcji Circulose® – sztucznego włókna celulozowego wytwarzanego z przetworzonych odpadów bawełnianych. H&M CO:LAB wspierało również firmę Infinited Fiber Company w celu rozszerzenia stosowania Infinna™ – sztucznego włókna celulozowego z regenerowanych odpadów bawełnianych – poprzez budowę pierwszego komercyjnego zakładu firmy w Finlandii. Przetestowaliśmy zastosowanie włókna Infinna dzięki naszemu zaangażowaniu w unijny projekt New Cotton.³

– Marka Weekday wykorzystywała Södra pulp – w pełni identyfikowalną, certyfikowaną masę drzewną.

Kontynuowaliśmy wspieranie rozwoju i badań włókna TreeToTextile pozyskiwanego z lasów zarządzanych w sposób zrównoważony, z przewidywanym obniżeniem zużycia energii i substancji chemicznych w porównaniu z konwencjonalną wiskożą¹.

1) Dane liczbowe dotyczą wykorzystania bawełny BCI na podstawie porównania z rolnikami stosującymi konwencjonalne praktyki w tej samej lokalizacji.
2) Oszczędności wody dotyczą zużycia wody niebieskiej (nawadnianie). Dotyczy nakładów ponoszonych przez rolników, a nie innych form wykorzystania wody.

3) Projekt New Cotton otrzymał dofinansowanie z programu Unii Europejskiej Horyzont 2020 w zakresie badań i innowacji na podstawie umowy o dofinansowanie nr 101000559.

Dobór materiałów

— H&M HOME rozpoczął produkcję pościeli z Lenzing™ Ecovero i Eastman Naia™ – identyfikowalnych biowłókien celulozowych, pozyskiwanych z odpowiedzialnie zarządzanych i certyfikowanych lasów i plantacji sosnowych i eukaliptusowych.

Postęp: wełna, kaszmir, puch, moher i inne włókna zwierzęce

— 57% (44% w 2021 r.) naszej wełny było zgodne ze standardem Responsible Wool Standard (RWS) – to krok w realizacji **celu na 2025 r., zakładającego pozyskiwanie wełny bez dodatku materiałów z recyklingu wyłącznie z gospodarstw posiadających certyfikat RWS.**

— 99% (95% w 2021 r.) wykorzystywanego przez nas kaszmiru było zgodne ze standardem Good Cashmere Standard (GCS) – blisko postawionego sobie przez nas **celu na 2025 rok, jakim jest pozyskiwanie całego kaszmiru bez dodatku materiałów z recyklingu z farm posiadających certyfikat GCS.**

— 100% (100% w 2021) wykorzystywanego przez nas moheru było zgodne ze standardem Responsible Mohair Standard (RMS), co oznaczało spełnienie przyjętego przez nas zobowiązania do **zakupu tego surowca wyłącznie z farm posiadających certyfikat RMS.**

— 100% (100% w 2021 roku) wykorzystywanego przez nas puchu bez dodatku materiałów z recyklingu było zgodne ze standardem Responsible Down Standard (RDS) – co było spełnieniem postawionego przez nas wymagania, zakładającego **pozyskiwanie tego surowca wyłącznie w gospodarstwach posiadających certyfikat RDS od 2016 roku.**

— Współpracowaliśmy przy dwóch projektach wełny **regeneracyjnej** (patrz tabela na [stronie 33](#)), badając możliwości szerszego stosowania praktyk regeneracyjnych w produkcji wełny.

Postęp: skóra

— Opracowaliśmy długoterminową wizję i plan dotyczący skóry na rok 2030, koncentrując się na zwiększeniu identyfikowalności i działaniach zmierzających do podwyższenia poziomu odpowiedzialności łańcucha dostaw skóry – od poziomu garbarni aż do gospodarstw.

— 75% (51% w 2021 r.) wszystkich produktów skórzanych zostało wyprodukowanych ze skóry garbowanej niezawierającej chromu, w tym skóry garbowanej pochodzenia roślinnego i skóry niezawierającej metalu. Naszym celem na rok 2025 jest to, aby **wszystkie wykorzystywane przez nas skóry bez dodatku materiałów z recyklingu nie zawierały chromu.**

— Dołączyliśmy do grupy zadaniowej ds. identyfikowalności [Leather Working Group](#) (LWG) i badaliśmy nowe narzędzia do oceny społecznej LWG stosowane do wykrywania ryzyka związanego z łańcuchem dostaw skór. 100% naszych garbarni w Azji stosuje się do wytycznych Leather Working Group dotyczących najlepszych praktyk środowiskowych.

— Jesteśmy jedną z kilku marek, która wspiera finansowo trzyletni projekt pilotażowy w ramach programu Textile Exchange's [Leather Impact Accelerator](#) (LIA). Celem projektu pilotażowego jest zbadanie „bodźców wpływu” w łańcuchu dostaw skór w Brazylii poprzez uznanie i nagradzanie hodowców bydła stosujących lepsze praktyki – dostarczających skór niewymagających od wylesiania i konwersji terenów (DCF), jak również dbających o dobrostan zwierząt na poziomie gospodarstwa.

1) Dane uzupełniające do oceny dostępne są na stronie <https://treetotextile.com/sustainability>.

Pozyskiwanie materiałów z recyklingu i z <u>bardziej zrównoważonych źródeł</u> ^{2,3,4}	2019	2020	2021	2022	CEL
	Materiały pochodzące z recyklingu jako procent całości materiałów ²	2%	6%	18%	
Poliester z recyklingu jako procent całości poliestru	8%	21%	64%	74%	100% do 2025
Wełna z certyfikatem Responsible Wool Standard (RWS) jako procent całości wełny	12%	12%	44%	57%	Certyfikat RWS 100% lub recykling bądź regeneracja do 2025 roku
Kaszmir z certyfikatem Good Cashmere Standard (GCS) jako procent całości kaszmiru	nd. ³	13%	95%	99%	Certyfikat GCS 100% lub recykling bądź regeneracja do 2025 roku
Moher z certyfikatem Responsible Mohair Standard jako procent całości moheru	nd. ⁴	100%	100%	100%	Utrzymanie 100%
Puch z certyfikatem Responsible Down Standard jako procent całego puchu	100%	100%	100%	100%	Utrzymanie 100%
Bezchromowa skóra pochodzenia zwierzęcego jako procent całości skór	40%	44%	51%	75%	100% do 2025

2) Patrz [strona 88](#) – oświadczenie o wiarygodności dotyczące tych punktów danych. Proces ograniczonego poświadczenia obejmował wszystkie dane dotyczące bawełny i syntetyków, w tym nasze trzy najważniejsze materiały pochodzące z recyklingu (bawełna, poliester, poliamid).

3) Standard przyjęty w 2020 roku.
4) Zaprzestaliśmy pozyskiwania moheru w połowie 2018 roku z powodu ujawnienia przez PETA systematycznego znęcania się nad zwierzętami w maju 2018 roku. Textile Exchange wprowadziła Responsible Mohair Standard w 2020 roku i zaczęliśmy wówczas zaopatrywać się w moher certyfikowany na zgodność z tym standardem.

Dobór materiałów

— Uczestniczyliśmy w pracach społecznej grupy roboczej LIA, których celem było opracowanie standardu odniesienia dla odpowiedzialnego przetwarzania dostaw skór od rzeźni aż do garbarni z naciskiem na godną pracę i zakaz pracy przymusowej.

— Aby poprawić identyfikowalność w łańcuchu dostaw skór, rozpoczęliśmy mapowanie dostawców, testując działanie platformy cyfrowej i fizycznego znacznika. Zaczęliśmy od śledzenia danych na poziomie ubojni, a następnie wrócimy do poziomu gospodarstwa w celu rozszerzenia stosowania tego procesu na cały łańcuch dostaw skór.

— Kontynuowaliśmy badania nad zastosowaniem alternatywnych skór pochodzenia biologicznego. Współpracowaliśmy na przykład z Circular Innovation Lab w kwestii możliwości wykorzystania w nowej kolekcji roślinnego zamiennika Mirum[®] pochodzącego z kolekcji Natural Fiber Welding.

Postęp: inne materiały z recyklingu i materiały innowacyjne

— 23% (18% w 2021 r.) naszych materiałów pochodziło z recyklingu, kolejny krok na drodze do realizacji celu na 2025 rok, który zakłada, że 30% całkowitych materiałów będzie pochodziło ze źródeł przetworzonych.

— Aby zademonstrować potencjał włókien mieszanych w zakresie recyklingu, jeden z naszych indonezyjskich dostawców pilotażowo korzystał z urządzenia Green Machine należącego do Hong Kong Research Institute of Textiles and Apparel (HKRITA). Oddziela ono odpady z mieszanek poliestru i bawełny w celu wytworzenia włókien poliestrowych i proszku celulozowego.

Dostawca, jako surowiec do procesu, wykorzysta odpady produkcyjne własne i innych firm. Więcej o tym, jak prowadzimy recykulację odpadów produkcyjnych.

— Nasze marki wyprodukowały kilka kolekcji z materiałów pochodzących z recyklingu. Na przykład H&M używa aktualnie cekinów z recyklingu. Marka & Other Stories wykorzystała pochodzący z recyklingu jedwab morwowy, który powstał z odpadów po cięciu w produkcji do kolekcji kapsułowej, a także srebro z recyklingu, zebrane z odpadów domowych w Danii w ramach tzw. urban mining – procesu odzyskiwania metali szlachetnych z wyrzuconych odpadów i przekształcania ich w nowe przedmioty.

— Nasze marki testowały i rozszerzały stosowanie innowacyjnych materiałów, w tym:

– Newlight AirCarbon: Wychwytyjący węgiel biomateriał wytwarzany przez naturalne mikroorganizmy żyjące w oceanach, używany przez H&M.

– Bananatex[®]: Wytrzymała tkanina techniczna z roślin bananowca, stosowana przez markę COS.

– Kapok: Bawełnopodobne włókno z owoców drzewa kapokowego, wykorzystywane przez ARKET.

– Resortecs Smart Stitch[™]: Rozpuszczalna nić do szycia, wykorzystywana przez H&M.

– Sorona[®]: Włókno pochodzenia roślinnego stanowiące alternatywę dla poliestrowego wypełnienia w ocieplanych kurtkach, stosowane przez firmę ARKET.

— H&M CO:LAB wsparł nowe produkty wprowadzone na rynek przez Ambercycle[™] (tekstyli z recyklingu) i Sheertex[®] (trwałe wyroby pończosznice), a także dokonał pierwszej inwestycji w firmę Fairbrics – która wykorzystuje nowatorski proces tworzenia składników poliestru z odpadów CO₂.

— Nasze Circular Innovation Lab pracowało nad projektami, których celem było weryfikowanie przyjętych koncepcji, wraz z firmą Keel Labs po inwestycji H&M CO:LAB.

Wnioski

— W branży istnieje zapotrzebowanie na lepsze i dokładniejsze dane dotyczące oddziaływania na środowisko. Wystąpiliśmy do naszych dostawców materiałów o bezpośrednie udostępnianie danych inicjatywom takimi jak Indeks Zrównoważonego Rozwoju Materiałów koalicji Sustainable Apparel Coalition.

— Identyfikowalność jest niezbędna do tego, by móc dokonywać pomiaru rzeczywistego oddziaływania na środowisko, zarządzać i śledzić źródła zaopatrzenia oraz aby ograniczać ryzyko – więcej o naszych postępach w części identyfikowalność.

— Zmiany systemowe na szczeblu branży są kluczem do szerszego wprowadzania materiałów pochodzących z recyklingu. Innowacje w zakresie włókien pochodzących z recyklingu rozwinęły się szybko we wszystkich grupach włókien, ale ich wprowadzanie na skalę komercyjną jest nadal dość powolne ze względu na trudności technologiczne i finansowe, a czasami ze względu na bariery prawne w zakresie recykulacji zasobów. Istnieje również wyraźna potrzeba połączenia systemów sortowania i zbierania z powstającymi możliwościami w zakresie recyklingu.

— Nasza praca z projektami rolnictwa regeneracyjnego pokazuje potencjał jego oddziaływania, ale niezbędne są znaczne inwestycje w rozwój praktyk regeneracyjnych na dużą skalę.

— Wielu posiadaczy standardów, jak i jednostki certyfikujące aktualizują lub opracowują procedury mające na celu wzmocnienie należytej staranności w zakresie praw człowieka na poziomie surowców, aby dostosować się do międzynarodowych wytycznych i zmieniających się przepisów. Będzie to wymagało nowych sposobów pracy i ściślejszej współpracy w całym sektorze.

Spojrzenie w przyszłość

— Będziemy nadal traktować priorytetowo i zwiększać wykorzystanie materiałów pochodzących z recyklingu, inwestując w rozwój zdolności produkcyjnych w zakresie recyklingu w obiegu zamkniętym oraz poprzez nasze działania w zakresie spraw publicznych wspierające korzystne środowisko legislacyjne.

— Nadal koncentrujemy się na doskonaleniu zbierania i podwyższaniu jakości danych dotyczących wpływu naszych praktyk pozyskiwania surowców.

— Opracujemy plan rozszerzania stosowania regeneracyjnych praktyk rolniczych dla materiałów o kluczowym znaczeniu.

— Będziemy nadal współpracować z posiadaczami standardów i innymi kluczowymi partnerami w celu ustalenia sposobu najlepszego włączenia poszanowania praw człowieka do standardów i norm dotyczących materiałów i współpracy.

Mikrowłókna

Podczas prania tekstyliów w trakcie produkcji lub przez klientów może dojść do rozdrobnienia włókien i uwolnienia mikrowłókien, tak naturalnych, jak i syntetycznych. Trafiają one do cieków wodnych i zanieczyszczają siedliska fauny. Coraz więcej uwagi zwraca się na ten problem, a my już teraz podejmujemy odpowiednie działania w celu znalezienia właściwych rozwiązań.

Pracujemy nad ogólnogrupowym planem dotyczącym mikrowłókien, który sformalizuje nasze obecne podejście obejmujące:

- Dobór i komponowanie przędzy i tkanin, który minimalizuje zjawisko zanieczyszczania mikrowłóknami.

- Badanie nowych procesów produkcyjnych i wymagań w celu zminimalizowania zanieczyszczenia mikrowłóknami.

- Oferowanie klientom worków do prania redukujących ilość mikroorganizmów sztucznych oraz wspieranie rozwoju systemów filtrów do pralek.

- Ulepszanie technologii umożliwiających ponowne użycie i recykling.

Naszą mapę drogową opracowujemy zgodnie ze zobowiązaniem Microfibre Consortium (TMC) 2030 Commitment – czyli globalnym zobowiązaniem do pracy na rzecz zerowego wpływu fragmentacji włókien tekstylnych na środowisko do 2030 roku.

Postęp

- Dołączyliśmy do rady doradczej TMC i badamy, jak możemy najlepiej realizować zobowiązanie TMC. Do tej pory zajmowaliśmy się badaniami na poziomie tkanin, wykorzystując metodę badawczą opracowaną przez TMC.

- Aby pomóc w tworzeniu projektów aktów prawnych, wypracowaliśmy stanowisko w sprawie mikrowłókien, podkreślając znaczenie całościowego podejścia, opartego zarówno na nauce, jak i na współpracy. W dokumencie podkreślono potrzebę objęcia przepisami wszystkich istotnych etapów cyklu życia produktu, wspierania i uznania trwających badań branżowych oraz przyjęcia stopniowego podejścia opartego na ryzyku w oparciu o wspólną metodologię. Wykorzystaliśmy również to stanowisko, aby opowiedzieć się za pełną oceną wpływu potencjalnych środków politycznych w celu zapewnienia skutecznej regulacji oraz podkreślić znaczenie zajęcia się tą kwestią w sposób zharmonizowany i oparty na współpracy na całym świecie.

- Realizujemy trzy projekty badawcze z Hong Kong Research Institute of Textiles and Apparel (HKRITA). Skupiają się one na zrozumieniu poziomów fragmentacji włókien dla różnych materiałów podczas produkcji, oczyszczaniu mikrowłókien ze ścieków przy użyciu fal dźwiękowych oraz badaniu wykorzystania bakterii do rozkładu mikrowłókien w oczyszczalniach ścieków.

- Współpracujemy z Forum for the Future (FFTF) w celu wsparcia projektu badawczego Tackling Microfibres at Source. Współpracowaliśmy również z FFTF w zakresie warsztatów budowania potencjału u naszych dostawców – głównie producentów tkanin.

- badając wyzwania i rozwiązania w zakresie fragmentacji włókien.

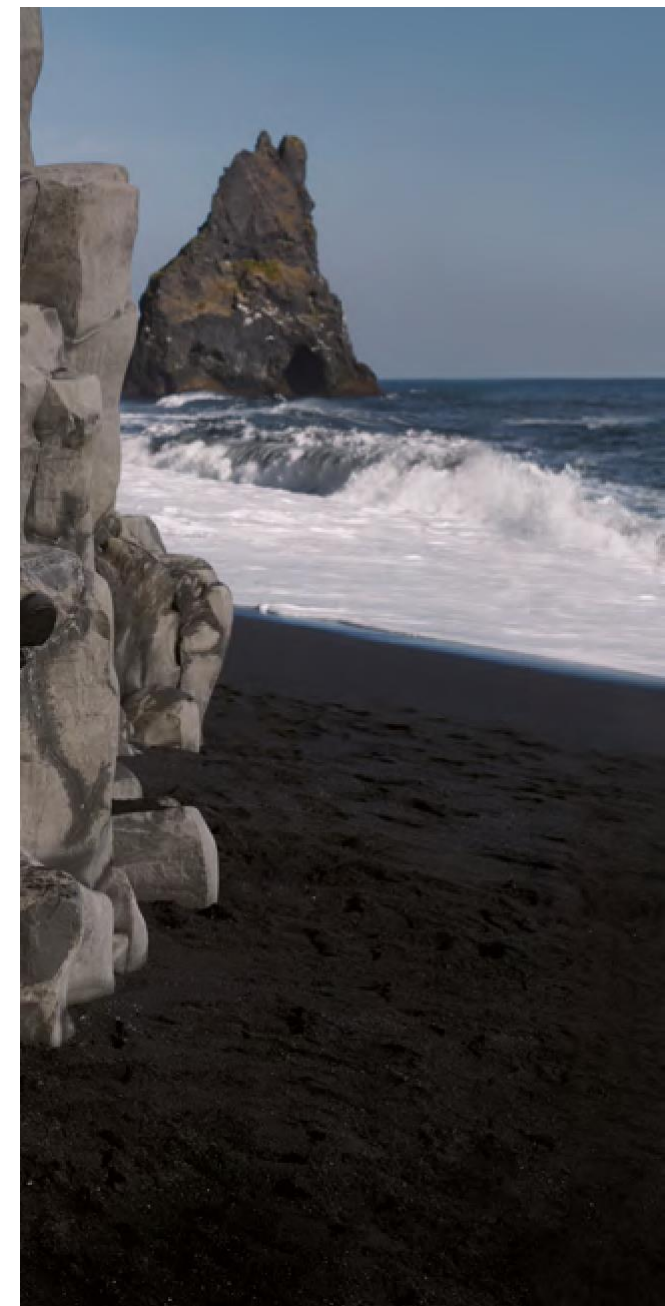
- ARKET i H&M kontynuują promocję i sprzedaż worków na pranie, które pomogą klientom ograniczyć zjawisko zrzucania mikrowłókien przez tkaniny podczas prania.

Wnioski

- Niejasności związane z mikrowłóknami – w tym brak opartej na podstawach naukowych metodologii pomiaru zjawiska zrzucania – wskazują na potrzebę podjęcia wspólnych wysiłków i działania. Na przykład niezbędne są dalsze badania po to, by zrozumieć wpływ różnego rodzaju środowiska i materiałów na fragmentację włókien, jak również wpływ substancji chemicznych.

Spojrzenie w przyszłość

- Będziemy nadal angażować się we współpracę w zakresie badań, jak również wyznaczać wizję i kierunek prac nad zmniejszeniem fragmentacji włókien, rozwijając nasz plan działań zgodnie ze zobowiązaniem TMC 2030.



Optymalizacja i recykulacja zasobów

Możliwości w zakresie optymalizacji i wielokrotnej recykulacji zasobów przy zachowaniu ich wysokiej jakości i maksymalizacji wartości, a przy tym jednocześnie przy minimalizacji ilości odpadów i oddziaływania na środowisko jest kluczowym krokiem w kierunku osiągnięcia prawdziwie cyrkularnego ekosystemu. Ścinki powstające w trakcie produkcji oraz odzież, która nie jest już używana lub uległa zniszczeniu traktujemy jako zasoby. Pracujemy nad rozwojem odwróconych łańcuchów dostaw, które wprowadzają produkty z drugiej ręki oraz odpady produkcyjne do obiegu jako produkty używane lub produkty do ponownego wykorzystania bądź do recyklingu i kierują je do systemu produkcyjnego jako cenne zasoby.

Podejście Grupy do wszystkich przepływów zasobów w ramach operacji własnych, łańcuchów dostaw i produktów podlega strategii zarządzania odpadami i recykulacji zasobów. Skupiamy się na przestrzeganiu przepisów prawa i regulacji oraz zapewnieniu jasno określonych zasad, wytycznych i zakresów odpowiedzialności w całym łańcuchu wartości. Umożliwia to minimalizację ilości odpadów i negatywnego oddziaływania na środowisko oraz maksymalizację wartości z różnych strumieni odpadów poprzez redukcję ich ilości, naprawy, ponowne wykorzystanie jako produkt, ponowne wykorzystanie jako materiał i recykling. W celu optymalizacji i zapewnienia cyrkulacji zasobów, koncentrujemy się na następujących aspektach:

Optymalizacja zasobów i recykulacja w produkcji: Nadanie wartości odpadom produkcyjnym jako cennym zasobom i działania na rzecz maksymalizacji wartości różnych strumieni odpadów w celu ograniczenia oddziaływania na środowisko. Wspieramy w tym dostawców, oferując im wytyczne i instrukcje, budujemy systemy i sieci w celu zmniejszenia ilości odpadów, optymalizacji i obiegu zasobów w łańcuchu dostaw.

— **Optymalizacja zasobów i recykulacja produktów:** Koncentrujemy się na optymalizacji dostaw, aby wytwarzać produkty w ilości odzwierciedlającej popyt oraz na wprowadzaniu do obiegu produktów z drugiej ręki – jako używanych materiałów do ponownego wykorzystania lub do recyklingu. Zapewniamy wykorzystywanie produktów jako zasoby po ich najwyższej wartości. Jeżeli produkt nie zapewnia oczekiwanych efektów, priorytetem staje się jego sprzedaż w naszych podstawowych kanałach sprzedaży. Afound zapewnia dodatkowy kanał udostępniania odzieży klientom. Dopiero po przeanalizowaniu wszystkich wewnętrznych zastosowań znajdujemy rozwiązania za pośrednictwem zaufanych partnerów biznesowych, w tym organizacji charytatywnych i outletów.

— **Nadanie wadliwym produktom nowego życia:** Priorytetem jest tu dla nas ponowne wykorzystanie lub recykling.



Poza obszarem naszych produktów, pracujemy nad zwiększeniem recykulacji zasobów w naszych działaniach i systemach pakowania, a także nad skalowaniem cyrkularnych modeli biznesowych skierowanych do klienta, aby zatrzymać odzież w użyciu przez dłuższy czas.

Postęp: optymalizacja zasobów i recykulacja w produkcji

— Udostępniliśmy naszym dostawcom odzieży instrukcje dotyczące wymagań w zakresie odpowiedzialnego obchodzenia się z odpadami tekstylnymi z produkcji, ich utylizacji i zarządzania nimi. Wspieramy naszych dostawców w działaniach na rzecz minimalizacji i najlepszych praktyk odnośnie odpadów tekstylnych oraz w maksymalizacji ich wartości.

— Wraz ze zdobywcą nagrody Global Change Award, firmą Reverse Resources, pracowaliśmy nad cyfrowym narzędziem, które umożliwia śledzenie powstawania odpadów, dzięki czemu mogą być one wykorzystane jako surowiec dla naszych produktów.

W oparciu o stosowaną przez nas ramową hierarchię dystrybucji odpadów, budujemy również strategiczną sieć punktów recyklingu, co pomoże wykorzystać zasoby pochodzące od naszych dostawców. Przeszkoliliśmy dostawców w zakresie efektywnego zarządzania i postępowania z odpadami, dzięki czemu uzyskaliśmy dostawy wysokiej jakości surowców do wyznaczonych przez nas punktów recyklingu. W inicjatywie tej wzięło do chwili obecnej udział 85 dostawców z pięciu krajów, zaś jej celem jest przekierowanie odpadów powstających w łańcuchu dostaw tak, by mogły być one wykorzystane jako surowiec do produkcji. Do naszych punktów recyklingu trafiło w 2022 roku około 1 400 ton odpadów.

— Wzięliśmy udział w akcji Switch to circular economy (Przejdźcie na gospodarkę cyrkularną, SWITCH2CE), inicjatywie łańcuchów wartości, finansowanej przez Unię Europejską i władze Finlandii, a prowadzonej przez Organizację Narodów Zjednoczonych ds. Rozwoju Przemysłowego (UNIDO). Ogólnym celem SWITCH2CE jest ułatwienie uczciwego i sprawiedliwego przejścia do gospodarki cyrkularnej poprzez inicjatywy, które są zrównoważone pod względem środowiskowym i które poprawiają konkurencyjność przemysłu poprzez zielone innowacje.



— Rozpoczęliśmy współpracę z laureatem nagrody Global Startup Award Smartex, wykorzystując jego innowacyjną technologię sztucznej inteligencji do identyfikacji usterek w produkcji. Pomaga to w podwyższeniu wydajności zasobów dzięki unikaniu niepotrzebnej produkcji wadliwej przędzy i tkanin.

— Marka COS wprowadziła kolekcję kapsułową Beyond One Life, wykonaną w całości z resztek tkanin z wcześniejszych kolekcji.

Postęp: recykulacja zasobów produktów

— Nieustannie koncentrujemy się na maksymalizacji wykorzystania i podnoszeniu wartości produktów oraz na tym, by nie marnować produktów, które mogą zyskać nowe życie.

— Aby przyspieszyć zbiórkę, sortowanie i recykulację poużytkowych tekstyliów i produktów, utworzyliśmy nowy zespół ds. odwróconego łańcucha dostaw, który koncentruje się na budowaniu skalowalnych systemów tam, gdzie kończy się tradycyjny łańcuch dostaw, maksymalizując ponowne wykorzystanie, zmianę przeznaczenia i recykling produktów. W 2022 roku kontynuowaliśmy również istniejącą zbiórkę odzieży, współpracując z I:CO¹.

— Wraz z innymi markami, uczestniczyliśmy w inicjatywie Fashion for Good's Sortingfor Circularity, 18-miesięcznym projekcie współpracy mającym na celu rozszerzenie możliwości recyklingu w Europie. Zalecenia dla marek obejmują projektowanie z myślą o recyklingu i odpowiednim cyklu życia oraz nadanie priorytetu produktom wykonanym z jednego materiału.

— Kontynuowaliśmy inwestycje w infrastrukturę recyklingu, by umożliwić wykorzystanie używanych tkanin i odzieży bez możliwości ponownego użycia w produkcji nowych materiałów.

— Aby pomóc w rozwiązaniu globalnego problemu, jakim są odpady tekstylne trafiające do miejsc, w których nie ma systemów ponownego wykorzystania i recyklingu, aktywnie zaangażowaliśmy się w rozmowy zmierzające do wzmocnienia przepisów i zwiększenia kontroli danych, raportowania i działań następczych. W UE kontynuowaliśmy działania na rzecz zharmonizowanych systemów rozszerzonej odpowiedzialności producenta (*Extended Producer Responsibility – EPR*) oraz innych polityk dotyczących odpadów, ułatwiających skuteczną zbiórkę, sortowanie i recykling odpadów tekstylnych. Czytaj więcej o naszych działaniach w dziedzinie spraw publicznych.

Postęp: wadliwe produkty

— Jeżeli produkt jest wadliwy, priorytetem jest jego ponowne wykorzystanie i recykling:

– 0,64% całkowitego asortymentu naszych produktów zostało ponownie wykorzystane, otrzymało nowe przeznaczenie lub zostało poddane recyklingowi (w tym darowizny na cele charytatywne) z powodu wad (0,66% w 2021 r.).

– 0,05% całkowitego asortymentu naszych produktów zostało zniszczone (z naciskiem na spalanie w celu odzyskania energii) z powodu złych wyników badań chemicznych, zanieczyszczenia pleśnią (na przykład podczas transportu) lub gdy nie było dostępne żadne opłacalne rozwiązanie w zakresie recyklingu lub downcyclingu (0,06% w 2021 r.). Nigdy nie niszczymy produktów, które są bezpieczne i podatne do ponownego użycia lub recyklingu.

— Usprawniliśmy komunikację wewnętrzną dotyczącą wad produktów, aby zapewnić ich lepsze wykrywanie. Obejmuje to poprawę procedur, jakie stosujemy w celu dokładnego sprawdzania zwrotów w centrach dystrybucyjnych pod kątem wad.

Wadliwe produkty ²	2019				2020				2021				2022			
Całkowity asortyment produktów wykorzystany ponownie (w tym darowizny na cele charytatywne) lub poddany recyklingowi z powodu wad	0,41%				0,36%				0,66%				0,64%			
Zniszczony asortyment ogółem ³	0,03%				0,03%				0,06%				0,05%			

¹⁾ W 2023 roku będziemy współpracować z firmą Remondis w zakresie zbierania odzieży.

²⁾ W 2022 r. zrewidowaliśmy zakres tych danych, co doprowadziło do aktualizacji danych historycznych za lata 2021 i 2020. Dane za rok 2019 nie zostały zaktualizowane, dlatego nie są porównywalne z danymi za rok 2020 i za lata następne.

³⁾ W związku z tym, że produkty nie przeszły określonych testów chemicznych ze względu na zanieczyszczenie pleśnią (na przykład podczas transportu) lub nie było dostępne opłacalne rozwiązanie w zakresie recyklingu lub obniżania wartości (downcycling). Tam, gdzie to możliwe, priorytetowo traktujemy spalanie w celu odzyskania energii.

Wnioski

— Wykorzystujemy wiedzę z naszej pracy nad odwróconymi łańcuchami dostaw w zakresie recykulacji zasobów, w tym odnośnie potrzeby jeszcze ściślejszego zaangażowania w powstające przepisy unijne, aby zapewnić, że polityka wspiera skuteczne procesy i infrastrukturę. Przepisy dotyczące odpadów i infrastruktury są skomplikowane i istnieje potrzeba stworzenia bardziej zharmonizowanych przepisów unijnych dotyczących odpadów.

— Musimy zwiększać skalę usług, umożliwiających ponowne wykorzystanie produktów zanim trafią one do pojemnika do zbierania odzieży i sortowni. Musimy sprawić, by produkty były bliżej użytkownika przez dłuższy czas i zachowywały jak najwyższą wartość.

— Nadal wstępują braki w skalowalnych systemach i technologiach sortowania i recyklingu, zwłaszcza w przypadku mieszanych wyrobów włókienniczych. To sprawia, że postęp, zarówno dla nas, jak i dla branży, jest wolniejszy niż byśmy sobie tego życzyli.

— Zastosowanie w praktyce naszych wytycznych dotyczących odpowiedzialnej gospodarki odpadami dla odpadów produkcyjnych ukazało wyraźną potrzebę stworzenia bardziej lokalnej infrastruktury recyklingu. Aby to osiągnąć, konieczne będą większe inwestycje i innowacje w zakresie technologii segregacji odpadów i recyklingu, a także powszechne uznanie wartości zasobów pozostałych po produkcji.

— Obserwujemy rosnącą potrzebę przyspieszenia działań umożliwiających obieg tekstyliów na całym świecie oraz badanie alternatyw dla obecnych opcji materiałów. Będzie to wymagało od nas dalszych inwestycji w technologię recyklingu, koncentracji wysiłków na zwiększeniu ilości materiałów pochodzących z recyklingu przed- i użytkowego oraz rozwoju odwróconych łańcuchów dostaw.

Spojrzenie w przyszłość

— Zwiększymy koncentrację na zapewnieniu odwróconych łańcuchów dostaw i zwiększeniu recykulacji zasobów. Będziemy nadal wspierać inwestycje i rozszerzać zastosowanie technologii, infrastruktury i systemów sortowania, ponownego użycia i recyklingu tekstyliów, korzystając ze wsparcia działań w sferze spraw publicznych.

— Zgodnie z naszym całościowym podejściem do kwestii cyrkularności i oddziaływania na klimat, zwiększamy koncentrację na miejscach pracy w cyrkularnej branży modowej.

— W miarę rozwoju przepisów i wymogów dotyczących zgodności z prawem odpadów, będziemy kontynuować dialog z interesariuszami i zapewniać zgodność na wszystkich rynkach, na których działamy.



Procesy produkcyjne

Procesy takie jak pranie, farbowanie i nadruki zużywają energię, środki chemiczne i wodę. Przyjmujemy całościowe podejście do doskonalenia przetwarzania materiałów, działając na rzecz największego ograniczenia oddziaływania na środowisko i jednocześnie realizując przyjęte przez nas cele środowiskowe. Naszym celem jest wprowadzenie w pełni dostosowanych do potrzeb branży narzędzi do pomiaru oddziaływania procesów produkcyjnych i poszerzenie stosowania alternatyw o mniejszym oddziaływaniu na środowisko.

Koncentrujemy się na pięciu obszarach:

— **Środki chemiczne:** Ograniczanie zużycia, zwiększanie ponownego wykorzystania lub regeneracji (odzysku) oraz stosowanie środków poddawanych zewnętrznej ocenie pod kątem zagrożeń – np. przez [Screened Chemistry](#).

— **Energia:** Poprawa efektywności i obniżenie emisji gazów cieplarnianych.

— **Ludzie:** Zapewnienie właściwego stosowania środków ochrony osobistej przez pracowników, unikanie negatywnego oddziaływania na zdrowie lub bezpieczeństwo.

— **Odpady produkcyjne:** Ograniczenie ilości odpadów i zwiększenie [odzysku, ponownego użycia i recyklingu](#).

— **Woda:** Ograniczenie zużycia, zwiększenie ponownego wykorzystania i recyklingu ścieków, zmniejszenie ilości i poprawa jakości wody.

Plan działań dotyczący nadruków wyznacza drogę do osiągnięcia celu, jakim jest maksymalne wykorzystanie procesów, przynoszących znaczne oszczędności wody, energii i środków chemicznych w porównaniu z obecnymi konwencjonalnymi praktykami. Testujemy nowe techniki i technologie, zwiększamy ich zastosowanie, a także współpracujemy z dostawcami w celu wprowadzenia zmian.

Postęp

— Współpracujemy z zewnętrznymi konsultantami w celu ustalenia metodologii zbierania danych dotyczących oddziaływania na środowisko, ustalenia poziomu wyjściowego i weryfikacji danych dla konwencjonalnych technologii produkcji tekstyliów. Prace te mają zasadnicze znaczenie dla analiz porównawczych i pomiarów uzyskiwanych postępów, ponieważ obecnie nie ma ogólnobranżowych danych odniesieniowych ani wartości bazowych. Lepsze dane pozwolą nam porównywać i identyfikować procesy o mniejszym negatywnym oddziaływaniu w pięciu obszarach naszego zainteresowania oraz umożliwią nam dzielenie się wiedzą z branżą.

— Przeprowadziliśmy projekt mający na celu wskazanie substytutów środków chemicznych o mniejszym oddziaływaniu na środowisko oraz innych możliwości doskonalenia procesów.

— Nasz udział w zespole ekspertów ds. mokrych procesów tekstylnych w Sustainable Apparel Coalition [Higg Materials Sustainability Index](#) (SAC Higg MSI) wspiera nasz długoterminowy cel, jakim jest wprowadzenie w pełni dostosowanych narzędzi branżowych do pomiaru oddziaływania procesów produkcyjnych.

— Nadal inwestujemy w innowacje w zakresie prania i farbowania, wspierając zwiększanie ich zastosowania, między innymi:

— H&M CO:LAB kontynuował inwestycje w [Colorifix](#), firmę biotechnologiczną, która wykorzystuje rozwiązania mikrobiologiczne do produkcji i utrwalania barwników na tekstyliach. Pierwszy duży bioreaktor Colorifix został zainstalowany w Portugalii pod koniec 2022 roku. Kilka naszych marek i asortymentów jest gotowych do składania zamówień.

— Firma zajmująca się barwieniem i wykańczaniem, [Alchemie](#), która również korzysta z inwestycji H&M CO:LAB, uruchomiła pilotażowe projekty na Tajwanie i w Turcji uzyskując możliwość zaprezentowania swoich procesów naszym dostawcom. Pierwsze urządzenie do masowej produkcji poliestru zostanie zainstalowane w regionie Tajwanu pod koniec roku.

— Innowacyjny DigitalDyeing® [Imogo](#) przeprowadził kilka udanych prób i współpracuje z wybranymi dostawcami w ramach naszego łańcucha dostaw. Jeden z naszych dostawców w Bangladeszu kupił urządzenie, które będzie gotowe na początku 2023 roku.

— H&M kontynuował rozwój i zwiększanie skali wykorzystania projektów z realizowanych wspólnie z Alchemie, Colorifix i Imogo. Marka nawiązała współpracę z [Algaeing](#), które produkuje w 100% biodegradowalne barwniki i nici na bazie alg oraz z [Recycrom](#), które opracowało wielofunkcyjny barwnik z włókien odpadowych z branży tekstylnej.



Wnioski

— Nie istnieją żadne wzorce ani punkty odniesienia dla tradycyjnych procesów produkcji tekstyliów.

Opracowanie dokładniejszych danych dla konkretnych procesów wymaga współpracy różnych interesariuszy.

— Dotychczasowe inwestycje w branży dotyczyły przede wszystkim inicjatyw przyrostowych, koncentrujących się na wydajności, a nie na wdrażaniu przełomowych, innowacyjnych technologii, niezbędnych do tego, by osiągnąć cele związane z oszczędnością wody, substancji chemicznych i energii.

Spojrzenie w przyszłość

— Priorytetem będzie stopniowe odchodzenie od procesów o największym oddziaływaniu na środowisko w kierunku procesów lepszych z perspektywy zużycia energii, wody i środków chemicznych oraz powstających odpadów.

— Będziemy nadal oceniać i testować innowacyjne rozwiązania, aby mieć wgląd w ich prawdziwy potencjał jako alternatywy dla obecnych procesów produkcyjnych.

Zwiększanie zastosowania zorientowanych na klienta biznesowych modeli cyrkularnych

Nasze ambicje w zakresie maksymalizacji wykorzystania produktów i oferowania zorientowanych na klienta cyrkularnych modeli biznesowych na wielką skalę pomagają nam w budowaniu odpornego, skoncentrowanego na kliencie biznesu. Jesteśmy zobowiązani do rozwijania długoterminowych, znaczących relacji z klientami, którzy angażują się w usługi naprawy, wypożyczania i odsprzedaży, a także będziemy kontynuować skalowanie infrastruktury, aby zapewnić nowe życie używanym produktom poprzez ponowne ich wykorzystanie jako produkt, materiał lub recykling. Zmniejszenie zależności od zasobów poprzez maksymalne wykorzystanie produktów i recyrkulację zasobów spowoduje oddzielenie wzrostu biznesu od zużycia zasobów. Jest to kluczowe dla ograniczenia oddziaływania na środowisko i realizacji naszych celów związanych z klimatem i przyrodą. Modele te muszą być silnie umocowane w głównym nurcie, by możliwe było wprowadzenie tak bardzo potrzebnych zmian w całej branży i w zachowaniu klientów. Jesteśmy świadomi, że produkty lub usługi dostępne w ramach takich modeli muszą zastąpić produkty sprzedawane w tradycyjnym modelu liniowym.

Aby maksymalnie wykorzystać produkt, koncentrujemy się na trzech obszarach:

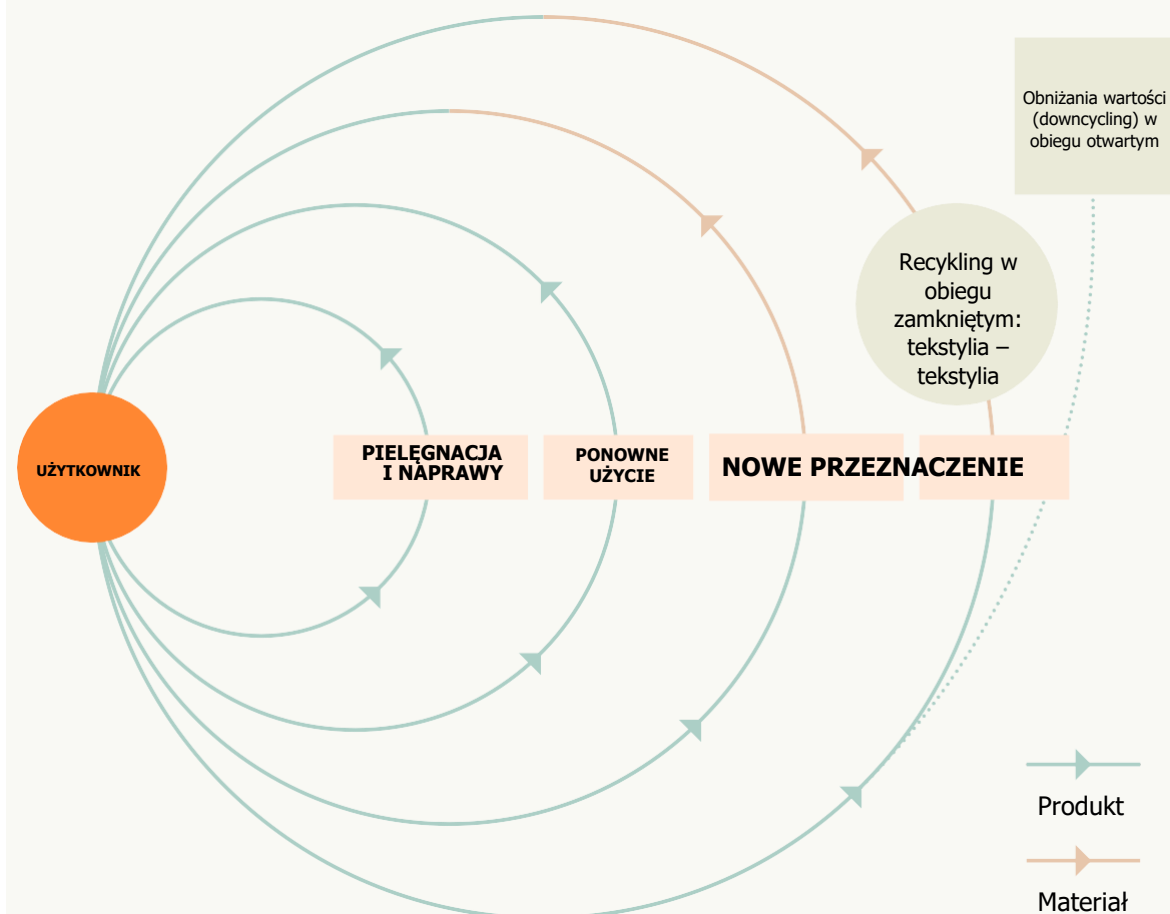
— **Użytkowanie, pielęgnacja i naprawy:** Zachęcamy klientów do badania własnego stylu i maksymalizacji korzystania z posiadanej odzieży, zapewniając im inspirację w zakresie tego, jak przedłużyć życie ubrań poprzez pielęgnację i naprawy.

— **Dostęp:** Oferujemy szereg usług wypożyczania i ponownego wykorzystania, dzięki którym klienci mogą korzystać z produktów umożliwiając jednocześnie ich zamknięty obieg. Naszym celem jest włączenie do głównego nurtu i zwiększenie użytkowania mody używanej.

— **Zbiórka:** Oferujemy klientom na całym świecie program zbiórki odzieży w sklepach. Naszym celem jest zapewnienie, że zebrane produkty zostaną sortowane w celu uzyskania jak najlepszego wyniku – ponownego wykorzystania jako produkt lub ponownego wykorzystania jako materiał lub recyklingu.

Wypracowaliśmy stanowisko, w którym dzielimy się poglądami na temat potencjału zwiększania zastosowania cyrkularnych modeli biznesowych skierowanych do klienta, aby umożliwić przedłużenie użytkowania produktów i zapobiegać marnotrawstwu. Nasze zalecenia polityczne obejmują: zniesienie podatku VAT od sprzedaży produktów używanych, wspieranie modeli ponownego wykorzystania i naprawy przed zaklasyfikowaniem produktów jako odpady, zachęcanie do dostępu do cyfrowych danych o produktach (np. poprzez Cyfrowy Paszport Produktu) oraz standaryzacja pomiaru oddziaływania na środowisko dla produktów nowych i ponownie wykorzystywanych.

Zorientowane na klienta biznesowe modele cyrkularne



Biznesowe modele cyrkularne umożliwiają wielokrotny obieg produktu pomiędzy użytkownikami lub klientami. Produkt może zostać naprawiony, ponownie wykorzystany jako produkt (na przykład poprzez zakup z drugiej ręki), ponownie wykorzystany jako materiał i przerobiony na nowy produkt lub poddany recyklingowi.

Recykling może ponownie wprowadzić materiały do ekosystemu mody (zamknięty obieg) lub skierować je do wykorzystania jako zasoby w innej branży (otwarty obieg).

Postęp: użytkowanie i pielęgnacja

— Opracowany przez H&M koncept Take Care jest obecnie oferowany na wszystkich globalnych rynkach internetowych i zapewnia wskazówki oraz produkty, które pomogą klientom dbać o ubrania.¹

— Za pośrednictwem serwisu internetowego My Closet wprowadziliśmy w Indiach pilotażowo „cyfrową szafę”, umożliwiając użytkownikom przegląd wszystkich zakupów w H&M przez dziesięć lat. Pomogło to klientom zrozumieć własny styl i zapewniło inspirację do tego, jak przedłużyć życie i zwiększyć wykorzystanie ich ubrań.

— W Szwecji prowadzimy testy aplikacji do obsługi cyfrowej szafy – Seam. Pomaga ona użytkownikom w lepszym wykorzystaniu tego, co już posiadają i pozwala osiągnąć większe zadowolenie z własnego stylu. Aplikacja przekazuje Grupie H&M dane o produktach po zakupie, co pomaga nam lepiej planować i optymalizować kolekcje, jak również zapewnić zgodność z przyszłymi wymogami prawnymi.

Postęp: naprawa

— H&M rozszerzyło w roku bieżącym usługi naprawy, usprawniając ich działanie, jak również obsługę klienta. Stanowiska naprawy H&M działają obecnie w siedmiu kluczowych miastach na pięciu rynkach.

— H&M rozpoczęło naprawę wadliwych produktów zwróconych przez klientów w centrum dystrybucyjnym w Milton Keynes, aby umożliwić ich późniejszą sprzedaż.

— W ramach nowej koncepcji Full Circle marki COS część zebranych ubrań jest naprawiana w celu odsprzedaży pod marką Restore.

— Marka Monki uruchomiła projekt naprawy produktów dżinsowych, oferując limitowaną kolekcję spodni z haftem w miejscu drobnych rozdarć, jakie pojawiły się podczas produkcji.

— Przeprowadziliśmy pilotażowy projekt sortowania i odnawiania zwróconych skórzanych butów marek ARKET, & Other Stories i COS.

Postęp: dostęp

— Kontynuowaliśmy rozszerzenie dostępu do platformy odsprzedaży Sellpy. Nabywców na platformie znalazło ponad osiem milionów produktów z drugiej ręki na 24 rynkach.

— H&M umożliwiło zakup odzieży używanej wielu marek obok nowej odzieży H&M w Szwecji i Niemczech – oferując klientom nowe, zintegrowane doświadczenie poprzez umieszczenie asortymentu odzieży używanej Sellpy na swojej stronie internetowej w Szwecji i Niemczech. Rozwiązanie to ma na celu usunięcie barier dla klientów i pokazanie, że produkty z drugiej ręki są takie same jak produkty standardowe.

— Nasze pozostałe marki uruchomiły własne inicjatywy w zakresie odzieży używanej:

— Marka Weekday wprowadziła oferty wybranej odzieży używanej w czterech sklepach w Szwecji.

— Marka Monki Pre-Loved to strefa odzieży używanej w dwóch kluczowych sklepach w Sztokholmie działająca we współpracy z Sellpy i społecznością Monki – klienci mogą sprzedawać ubrania w systemie komisowym.

— ARKET uruchomił w Göteborgu swój pilotażowy projekt ReARKET, umożliwiający klientom kupowanie i sprzedawanie produktów.

— COS Resell jest filarem w szerszej strategii cyrkularnego modelu biznesowego marki COS. Klienci mogą przesyłać i sprzedawać używane ubrania COS za pośrednictwem platformy Resell w Wielkiej Brytanii i Niemczech, dając produktom drugie życie i przyczyniając się do zwiększenia cyrkularności marki.

— Nasze marki kontynuowały również testowanie i rozszerzenie usług wypożyczenia:

— Marka & Other Stories nawiązała współpracę z wypożyczalnią HURR. Klienci z Wielkiej Brytanii mogą wypożyczyć wyselekcjonowane kolekcje & Other Stories na platformie HURR lub w jej oddziale w Londynie.

— H&M rozszerzyło działalność wypożyczalni, która jest teraz dostępna w czterech sklepach: w Sztokholmie, Amsterdamie, Berlinie i Londynie, a niebawem otworzy się również w Antwerpii.



1) Produkty Take Care dostępne są na wybranych rynkach.

Poszerzenie stosowania zorientowanych na klienta biznesowych modeli cyrkularnych

– Marka WEEKDAY kontynuowała współpracę z [Gemme Collective](#).

– H&M Home kontynuowało ofertę „Rent a Christmas” w czterech miastach – Berlinie, Paryżu, Londynie i Sztokholmie – umożliwiając klientom wypożyczenie świątecznych dekoracji.

Postęp: zbieranie

— Zebraliśmy 14 768 ton produktów używanych poprzez nasze istniejące inicjatywy zbierania odzieży w sklepach. W 2022 roku kontynuowaliśmy współpracę z I:CO¹ w zakresie zbierania i sortowania odzieży, z której 55% zostało ponownie wykorzystane jako produkt, 15% jako materiał, a 22% poddane recyklingowi, stając się produktami w innych branżach lub włóknami. I:CO współpracowało ze swoimi partnerami w celu wykorzystania pozostałych 8%, które w ostateczności musiały zostać poddane utylizacji w inny sposób z priorytetem dla spalania w celu odzyskania energii i niewysyłania tekstyliów na składowiska odpadów.

— Marka COS rozszerzyła inicjatywę Full Circle o kolekcję używanych produktów COS, które są ponownie wykorzystywane lub naprawiane w celu dalszej odsprzedaży przy współpracy z partnerem Bleckmann Renewal, zajmującym się czyszczeniem i renowacją. Prowadzona pod koniec 2022 roku na ośmiu rynkach, inicjatywa COS Full Circle przedkłada naprawę i ponowne wykorzystanie ubrań nad recykling.

1) Od 2023 roku współpraca z I:CO nie będzie już prowadzona.

Wnioski

— Zorientowane na klienta biznesowe modele cyrkularne są często pracochłonne i charakteryzują się niską marżą. Zajmujemy się tym wyzwaniem i w dokumencie przedstawiającym nasze stanowisko w sprawie biznesowych modeli cyrkularnych jako zapobiegania powstawaniu odpadów omawiamy, jak zachęcać do prowadzenia skalowalnej transformacji.

— Sprzedaż produktów z drugiej ręki wymaga znacznej obsługi manualnej w celu przygotowania odzieży i wprowadzenia do systemu szczegółów dotyczących produktu. Efektywność i rentowność poprawiłyby się dzięki lepszemu dostępowi do informacji o produktach w odniesieniu do wszystkich marek i klientów. Potencjalne ustanowienie rozszerzonej identyfikowalności użytkownika, gdzie dane są przechowywane w cyfrowym identyfikatorze produktu, mogłoby być czynnikiem, który to umożliwi.

— Klienci chcą rozumieć oddziaływanie środowiskowe zakupów, które robią, jednak obecnie nie istnieje znormalizowany sposób dokonywania pomiarów emisji gazów cieplarnianych lub oddziaływania wykorzystania zasobów w przypadku modeli ponownego użycia i naprawy w porównaniu z zakupem nowych produktów. To sprawia, że jasna komunikacja z klientem i oświadczenia są wyzwaniem – więcej o naszym podejściu do przejrzystej komunikacji z klientem.



Tekstyliia zebrane w sklepach Grupy H&M²

2019	2020	2021	2022
29005 ton	18800 ton	15944 tony	14768 ton

2) Nasza inicjatywa zbierania odzieży została zakłócona przez pandemię Covid-19 w części roku 2020 i w całym roku 2021. Od marca 2022 roku zbiórka odzieży została wstrzymana na Ukrainie, w Rosji i na Białorusi.

Spojrzenie w przyszłość

— Marka Sellpy jest już jednym z największych dostawców używanej odzieży w Europie. Będziemy nadal rozszerzać jej ofertę na kolejne rynki, zwiększając liczbę sprzedawanych używanych ubrań i jeszcze bardziej uniezależniając wzrost od wykorzystania zasobów.

— Wciąż badamy i poszerzamy zastosowanie modeli użytkownika, pielęgnacji, napraw, wypożyczenia i odsprzedaży, zwiększając dostęp i przyczyniając się do wzrostu satysfakcji naszych klientów w oparciu o uzyskane ustalenia. W dłuższej perspektywie będzie to obejmować zwiększenie dostępu do odzieży używanej poprzez jej głębszą integrację z podróżą klienta.

Opakowania

Nasze produkty muszą być chronione podczas podróży od dostawców do centrów dystrybucji, sklepów i klientów, aby zapobiec ich uszkodzeniu i powstawaniu odpadów. Zobowiązujemy się do obniżania wpływu naszych opakowań na środowisko w ramach naszej [Strategii opakowań cyrkularnych](#) opartej na kluczowych zasadach Fundacji Ellen MacArthur (EMF): eliminacja odpadów i zanieczyszczeń, obieg zamknięty produktów i materiałów (przy ich najwyższej wartości) oraz regeneracja przyrody. Priorytetowo traktujemy obszary, w których mamy szansę na wywarcie największego oddziaływania, w tym ograniczenie zbędnych i problematycznych opakowań, takich jak wieszaki i torby plastikowe.

Nasze **kluczowe cele w zakresie opakowań** to:¹

— Bezwzględna redukcja opakowań z tworzyw sztucznych o 25% do 2025 roku (stan wyjściowy z 2018 roku).

— Zaprojektowanie 100% opakowań, które będą nadawały się do ponownego użycia i/lub recyklingu do 2025 roku.

— Produkcja 100% opakowań z materiałów pochodzących z recyklingu lub innych [bardziej zrównoważonych](#) materiałów do 2030 roku, z preferencją dla materiałów pochodzących od konsumentów z recyklingu.

1) W roku bieżącym nie informujemy o naszej ogólnej zmianie procentowej ilości opakowań (w tonach metrycznych), ponieważ jesteśmy w trakcie rewizji tego celu i naszej strategii opakowań cyrkularnych – w tym sposobu obliczania nowej wartości bazowej dla całkowitej ilości używanych opakowań.

— Ponowne wykorzystanie lub recykling 100% opakowań z naszych własnych obiektów 2025 roku.

Przeczytaj o naszych szczegółowych [celach w zakresie opakowań z tworzyw sztucznych](#).

Nasze wytyczne dotyczące rozwoju produktów cyrkularnych, wytyczne dotyczące materiałów oraz wykaz substancji zakazanych dla dostawców opakowań wspierają postęp w realizacji tych celów. Kierując się celem, jakim jest walka z zanieczyszczeniem tworzywami sztucznymi, jesteśmy sygnatariuszami inicjatywy [Globalne zobowiązanie EMF](#) we współpracy z Programem Środowiskowym ONZ – który zjednoczył ponad 500 organizacji wokół wspólnej wizji gospodarki cyrkularnej dla tworzyw sztucznych – a także [Fashion Pact](#). Wspieramy program [Pack4Good](#) Canopy, która podkreśla nasze zobowiązanie do skupienia się na odpowiedzialnie pozyskiwanych opakowaniach drewnopochodnych, w tym na masie celulozowej z recyklingu, włóknach nowej generacji i papierze z certyfikatem FSC.

Postęp

— Naszym priorytetem na rok 2022 było przejście z plastiku jednorazowego na plastik wielokrotnego użytku lub na materiały alternatywne – więcej na ten temat przeczytasz poniżej. Osiągnęliśmy bezwzględną redukcję opakowań z tworzyw sztucznych o 44% w porównaniu z rokiem bazowym 2018. Z pozostałej części używanego przez nas plastiku, 76% jest poddawane recyklingowi (55% poużytkowe i 21% przedużytkowe).

Osiągnęliśmy zatem nasze cele w zakresie ograniczania użytkowania tworzyw sztucznych przed czasem, dlatego zrewidujemy naszą strategię w zakresie opakowań cyrkularnych – więcej na [stronie 57](#).

— 92% odpadów przetwarzanych w centrach dystrybucyjnych Grupy H&M zostało poddanych recyklingowi lub ponownie wykorzystanych (92% w 2021 r.).

Współpracujemy z [Uniwersytetem Virginia Tech](#) badając metody pomiaru oddziaływania opakowań internetowych poprzez ocenę cyklu życia produktu.

— Prowadzimy stały dialog z firmą Canopy na temat zależności od włókien czysto drzewnych i możliwości przejścia na materiały pochodzące z recyklingu i włókna nowej generacji.

— Dopracowujemy nasze rozwiązania informatyczne, aby usprawnić decyzje dotyczące opakowań już na etapie rozwoju produktu, a także pomagamy naszym dostawcom ograniczyć zużycie materiałów w produkcji opakowań. Tam, gdzie już wdrożono takie rozwiązania, odnotowaliśmy duży postęp zarówno w zakresie redukcji zużywanych zasobów, jak i oszczędności kosztów.

— **Torby polietylenowe.** Podejmujemy działania mające na celu ograniczenie, zastąpienie lub eliminację niepotrzebnych toreb polietylenowych w całym łańcuchu dostaw. W H&M Baby i H&M Men przeprowadziliśmy pierwszą wysyłkę globalnej kolekcji wykorzystując papier zamiast jednorazowych torebek z tworzywa sztucznego. Wymieniamy również plastik bez dodatku materiałów z recyklingu na plastik pochodzący z recyklingu poużytkowego w przypadku dużych worków wykorzystywanych w transporcie. Będziemy kontynuować zwiększanie udziału tworzyw sztucznych pochodzących od konsumentów z recyklingu w naszych foliowych torbach na odzież.

— **Wieszaki.** Zgodnie z Planem dotyczącym środków chemicznych, dążymy do eliminacji lub zastąpienia wszystkich wieszaków wykonanych z polistyrenu do końca 2023 roku. Odchodzimy od wieszaków jednorazowych i w 2022 roku 26% naszych wieszaków zostało ponownie wykorzystanych. Przyspieszyliśmy systemowe przejście branży na model cyrkularny poprzez współpracę z dostawcami i punktami odbiorczymi oraz poprzez wdrożenie modelu [Powrót do źródła](#) na większej liczbie rynków.

— **Opakowania przewozowe (e-commerce i transport).** W przyszłości większość używanych przez nas opakowań stanowić będą opakowania transportowe. W przypadku opakowań internetowych, pracowaliśmy nad optymalizacją rozmiaru i wagi papierowej torby z certyfikatem FSC, która zastąpiła jednorazowe torby plastikowe we wszystkich naszych markach i na wszystkich rynkach. W przypadku opakowań transportowych, prowadzimy ciągłe badania i prace rozwojowe zmierzające do zwiększenia ilości materiałów pochodzących z recyklingu od konsumentów i podwyższenia trwałości produktów. Nasze [odwrócone łańcuchy dostaw](#) pomagają zapewnić pełną odpowiedzialność za taki rodzaj opakowań i ich ponowne wykorzystanie lub recykling.

— **Torby zakupowe w sklepach.** Po wprowadzeniu opłat za torby zaobserwowaliśmy natychmiastowy 40% spadek zużycia toreb zakupowych w sklepie.²

— **Materiały.** Pracujemy nad poprawą łańcucha nadzoru nad materiałami z certyfikatem FSC, aby uzyskać lepszą kontrolę nad procesem identyfikowalności.

2) Obniżone zużycie toreb papierowych w sklepach (-40% w porównaniu z 2019 rokiem) obliczono dla krajów (Kolumbia, Meksyk, Hiszpania i Nowa Zelandia), które zaczęły pobierać opłaty za torby w 2022 r.

Opakowania

Wprowadzamy również zmiany projektów tradycyjnych opakowań, odchodząc od nienadających się do recyklingu materiałów wielowarstwowych i uzyskując taką samą funkcjonalność przy wykorzystaniu materiałów jednorodnych.

Wnioski

— Nasza zmierzająca do maksymalizacji ponownego wykorzystania i recyklingu wieszaków współpraca z dostawcami pokazuje, jak skuteczne i efektywne może być partnerstwo między firmami w procesie przechodzenia na gospodarkę o wyższym stopniu cyrkularności.

— Współpraca z Virginia Tech pokazała złożoność pomiarów oddziaływania opakowań internetowych na środowisko. Aby skutecznie ocenić cały ślad środowiskowy, ocenę cyklu życia należy uzupełnić o metody pomiaru takich aspektów, jak obieg materiałów i użytkowanie gruntów.

— Przejście z opakowań wykonanych z tworzyw sztucznych na opakowania papierowe z recyklingu lub pozyskiwane w sposób zrównoważony może wiązać się z pewnymi wyzwaniami i kompromisami. Opakowania papierowe mogą wymagać większej objętości i wagi niż plastikowe, ponieważ do zapewnienia takiej samej ochrony konieczne jest stosowanie grubszego papieru. Papier z recyklingu jest mniej wytrzymały niż papier bez dodatku materiałów z recyklingu, zatem nadal będziemy poszukiwać wystarczająco mocnych alternatyw dla papieru z recyklingu.

— Torby polietylenowe pełnią ważną funkcję, chroniąc produkty w centrach dystrybucyjnych i podczas transportu. Wyzwaniem, przed jakim tu stoimy, jest wynalezienie i zapewnienie **bardziej zrównoważonych** rozwiązań alternatywnych – takich jak trwałe opakowania z papieru z recyklingu – spełniających te same cele.

Rozpoczęliśmy wycofywanie toreb polietylenowych z takich produktów jak skarpetki i planujemy to także w przypadku innych wyrobów, gdy znajdziemy odpowiednie rozwiązania.

Spojrzenie w przyszłość

— Zrewidujemy ogólnogrupową, opracowaną w 2018 roku strategię opakowań cyrkularnych, ponieważ od tego czasu zmieniło się otoczenie, w którym działamy. Przechodzimy coraz bardziej na sprzedaż online i sprzedaż produktów do wnętrza za pośrednictwem H&M Home, co wymaga innego rodzaju zabezpieczeń niż opakowania cyrkularne na odzież. Odchodzimy również od stosowania jednorazowych opakowań plastikowych na rzecz opakowań papierowych, przyczyniając się przez to do wyższego poziomu recyklingu odpadów wśród naszych klientów. Zaktualizujemy strategię i zrewidujemy ogólne cele dotyczące redukcji ilości stosowanych opakowań, a także podejście do wykorzystania tworzyw sztucznych oraz cele dotyczące opakowań z recyklingu.

— Będziemy nadal badać **odwrócone łańcuchy dostaw** wykraczając poza program dotyczący wieszaków i koncentrując się na projektowaniu opakowań pod kątem **cyrkularności** oraz na współpracy z zewnętrznymi interesariuszami.

— W miarę rozwoju przepisów i wymogów dotyczących zgodności dotyczących opakowań, będziemy nadal uczestniczyć w rozmowach merytorycznych i zapewniać zgodność na wszystkich rynkach, na których działamy.

Dane dotyczące opakowań ^{1,2}	2019 ³	2020	2021	2022	CEL
Bezwzględna redukcja opakowań z tworzyw sztucznych (od poziomu wyjściowego z 2018 roku)	nd.	-24%	-28%	-44%	
Projektowanie opakowań tak, aby nadawały się do ponownego użycia lub recyklingu⁴					100% do 2025
– Opakowania z tworzyw sztucznych nadające się do ponownego wykorzystania lub recyklingu ⁵	nd.	6%	37% (28% poddane recyklingowi; 9% ponownie wykorzystane)	57% (42% poddane recyklingowi; 15% ponownie wykorzystane)	
Produkcja opakowań z materiałów pochodzących z recyklingu lub bardziej zrównoważonych źródeł, w ramach których...			68%	85%	100% do 2030
– Opakowania z materiałów pochodzących z recyklingu	nd.	50%	42% (13% przedużytkowe; 29% poużytkowe)	66% (30% przedużytkowe; 36% poużytkowe)	
– Opakowania ze źródeł bez dodatku materiałów z recyklingu z certyfikatem FSC ⁶	nd.	nd.	26%	19%	
Tworzywo sztuczne z materiałów pochodzących z recyklingu	65% (27% przedużytkowe; 38% poużytkowe)	76% (64% przedużytkowe; 12% poużytkowe)	43% (1% przedużytkowe; 42% poużytkowe)	76% (21% przedużytkowe; 55% poużytkowe)	
Papier i tektura w opakowaniach z materiałów pochodzących z recyklingu lub bardziej zrównoważonych źródeł, w ramach których...⁷	nd.	nd.	78%	87%	
– Ze źródeł bez dodatku materiałów z recyklingu z certyfikatem FSC ⁶	nd.	nd.	35%	23%	
– Z recyklingu z certyfikowanych źródeł	nd.	nd.	43%	64%	

- 1) Tworzymy systemy danych niezbędne do raportowania postępów w zakresie ponownego wykorzystania lub recyklingu wszystkich odpadów opakowaniowych z naszych zakładów oraz do pomiaru całkowitej ilości naszych opakowań, które nadają się do ponownego wykorzystania lub recyklingu.
- 2) Niektóre opakowania w łańcuchu wartości nie są ujęte w raporcie ze względu na brak porównywalnych danych, szczególnie w przypadku opakowań kupowanych lokalnie w centrach dystrybucji oraz opakowań transportowych do sklepów. Prowadzimy prace zmierzające do wskazania wszystkich opakowań w całej naszej sieci, by móc nadal podwyższać jakość danych, a w 2023 roku zrewidujemy nasze cele i dane wyjściowe.
- 3) W 2020 roku, korzystając z lepszej jakości danych, skorygowaliśmy dane bazowe z 2018 roku dla opakowań.
- 4) Rozpocznemy śledzenie pełnych danych po zakończeniu prac nad cyfrowym narzędziem do projektowania opakowań cyrkularnych, które nam to umożliwi.
- 5) Wykorzystaliśmy metodologię oceny możliwości poddania materiału recyklingowi, będącą częścią Zobowiązania Globalnego, do przeprowadzenia obliczeń dla opakowań z tworzyw sztucznych, które uznaje się za poddawane recyklingowi w skali globalnej.
- 6) Opakowania z surowców bez dodatku materiałów z recyklingu certyfikowanych przez FSC odnoszą się do procentu całkowitego materiału opakowaniowego z surowców bez dodatku materiałów z recyklingu certyfikowanych przez FSC. Surowce bez dodatku materiałów z recyklingu certyfikowane przez FSC oznaczają procentowy udział materiałów drewnopochodnych (opakowania z papieru i tektury) pochodzących z surowców bez dodatku materiałów z recyklingu certyfikowanych przez FSC.
- 7) W 2022 roku kontynuowaliśmy prace nad doskonaleniem systemu zarządzania danymi oraz procesu identyfikowalności w celu zapewnienia certyfikowanych opakowań. Aby dostosować się do udoskonalonej w 2021 roku metodologii ujmowania certyfikatów FSC, usuwa się dane za lata 2019 i 2020.

Sklepy, centra dystrybucji i biura

Podejmujemy działania, aby prowadzone przez nas sklepy, biura i centra dystrybucyjne, choć nie wszystkie są naszą własnością, były budowane, utrzymywane i wyposażane zgodnie z przyjętymi przez nas celami dotyczącymi środowiska i klimatu. Stosowana przez nas strategia Otoczenia zbudowanego w obiegu zamkniętym pomaga nam ograniczać ślad węglowy. Strategia ta powstała w oparciu o trzy kluczowe zasady Fundacji Ellen MacArthur, zakładające eliminację odpadów i zanieczyszczeń, obieg produktów i materiałów (z zachowaniem ich najwyższej wartości) oraz regenerację (odtworzenie) środowiska. Priorytetowo traktujemy redukcję, ponowne użycie, naprawę i recykling naszych zasobów i koncentrujemy się na wykorzystywaniu materiałów z recyklingu lub innych bardziej zrównoważonych.

Nasze **cele** są następujące:

— Ograniczenie emisji gazów cieplarnianych z działalności własnej o 56% do 2030 roku – jako część szerszego celu dotyczącego emisji.

— Projektowanie wnętrz w 100% tak, by nadawały się do ponownego wykorzystania, naprawy lub recyklingu.

— Wykorzystywanie wyłącznie materiałów z recyklingu lub innych pozyskanych w sposób bardziej zrównoważony do 2030 roku.

— Ponowne wykorzystanie, naprawa lub recykling wszystkich wnętrz do 2030 roku.

By cele te osiągnąć, ściśle współpracujemy z partnerami biznesowymi i właścicielami budynków. Więcej o naszym podejściu do otoczenia budowanego.

Postęp: ograniczenie emisji

— Zidentyfikowaliśmy sześć najważniejszych surowców do wykorzystania w projektach wnętrz H&M, które pomagają zmniejszyć emisję gazów cieplarnianych poprzez ponowne wykorzystanie. Jest to kamień, stal, melamina, stal nierdzewna, drewno i aluminium. Badamy sposoby umożliwiające obliczenie i weryfikację redukcji emisji. Na podstawie tych obliczeń wyznaczyliśmy kluczowy cel dla materiałów do użytku w projektach wnętrz sklepów w 2023 roku: zmniejszenie emisji o 15% CO₂e/m² i ponowne wykorzystanie 45% materiałów do wnętrz (mierzone w kg/m²).

— Poczyniliśmy postępy na drodze do poszerzenia strategii „Otoczenia zbudowanego w obiegu zamkniętym” o centra dystrybucyjne i biura, co obejmuje rozpoczęcie prac w ramach wspólnego z dostawcami projektu pomiaru emisji CO₂e wewnątrz naszych biur.

— 75% naszych biur na świecie jest oświetlone diodami LED, a celem jest osiągnięcie 100%.



Sklepy, centra dystrybucji i biura

— Zaktualizowaliśmy wytyczne dotyczące projektowania cyrkularnego w środowisku budowanym, aby zastosować tę samą metodologię, co [Circulator](#), nasze komercyjne narzędzie do projektowania produktów cyrkularnych.

— W przypadku biur, priorytetem jest optymalizacja powierzchni, a celem końcowym redukcja emisji gazów cieplarnianych. W siedzibie głównej H&M w Sztokholmie ograniczyliśmy powierzchnię biurową o 10%, zakończyliśmy wymianę oświetlenia na diodowe na powierzchni 28 000 m², ponownie wykorzystaliśmy i odnowiliśmy istniejące meble, a także poddaliśmy recyklingowi meble, które nie nadawały się do dalszego użytku. 63% naszego portfela biurowego w Szwecji jest certyfikowane przez strony trzecie w systemie LEED, BREEAM in Use lub Miljöbyggnad, a 10% naszego globalnego portfela biurowego jest certyfikowane przez strony trzecie w systemie LEED lub BREEAM.

Postęp: materiały pochodzące z recyklingu lub inne materiały pozyskiwane w sposób bardziej zrównoważony

— Nasze nowe ramowe wytyczne konstrukcyjne dla centrów dystrybucyjnych obejmują jasne wymagania dotyczące stosowania materiałów pozyskanych w [bardziej zrównoważony](#) sposób oraz materiałów z recyklingu.

— Kontynuowaliśmy współpracę z [Really](#) w celu przetworzenia tekstyliów na produkty do użycia w naszych wnętrzach. Napotykamy na pewne wyzwania związane z wymaganą minimalną ilością produktów zamawianych w danym kolorze, dlatego rozważamy przejście na używanie kolorów standaryzowanych.

— Tam, gdzie to możliwe, stosujemy płyty z włókna drzewnego firmy Unilin, zawierające 90-95% masy pochodzącej z recyklingu. Zachęcamy innych dostawców płyt

do prac zmierzających do tego, by mogli oni oferować produkty o mniejszym negatywnym oddziaływaniu na środowisko.

— Nasze marki zaczęły śledzić postępy w zakresie wykorzystania materiałów. Na przykład marka COS uruchomiła nowy koncept w dwóch sklepach, co zaowocowało średnim wykorzystaniem materiałów pochodzących z recyklingu na poziomie 68%.

Postęp: ponowne użycie, naprawa, recykling

— Uruchomiliśmy projekt Redesign, by ponownie wykorzystywać materiały z zamkniętych sklepów, rozpoczynając działania od przeprowadzenia wewnętrznego testu w sklepie z przeprojektowanym wnętrzem. Kolejne sześć projektów zostało potwierdzonych na rok 2023.

— Nasze narzędzie do udostępniania online ułatwia ponowne wykorzystanie nadwyżek wyposażenia sklepowego. W roku bieżącym opracowaliśmy również narzędzie umożliwiające włączenie możliwości ponownego wykorzystania w fazę tworzenia nowych projektów.

— Marka COS dąży do tego, by nie stosować we wnętrzach żadnych nowych produktów betonowych i testuje wykładziny, który można łatwo instalować i demontować w celu ponownego użycia.

Wnioski

— Wiele nauczyliśmy się dzięki współpracy z [Biomason](#), w tym to, jak skomplikowane jest zastąpienie tradycyjnych płytek podłogowych alternatywnym materiałem o wymaganej przez nas jakości. W związku z tym ustaliliśmy, że nie będziemy kontynuować partnerstwa w dotychczasowej formie. Chcemy znaleźć [bardziej zrównoważone](#) wykończenia podłogowe i będziemy dalej

śledzić rozwój firmy Biomason, ale będziemy też poszukiwać innych innowacyjnych rozwiązań.

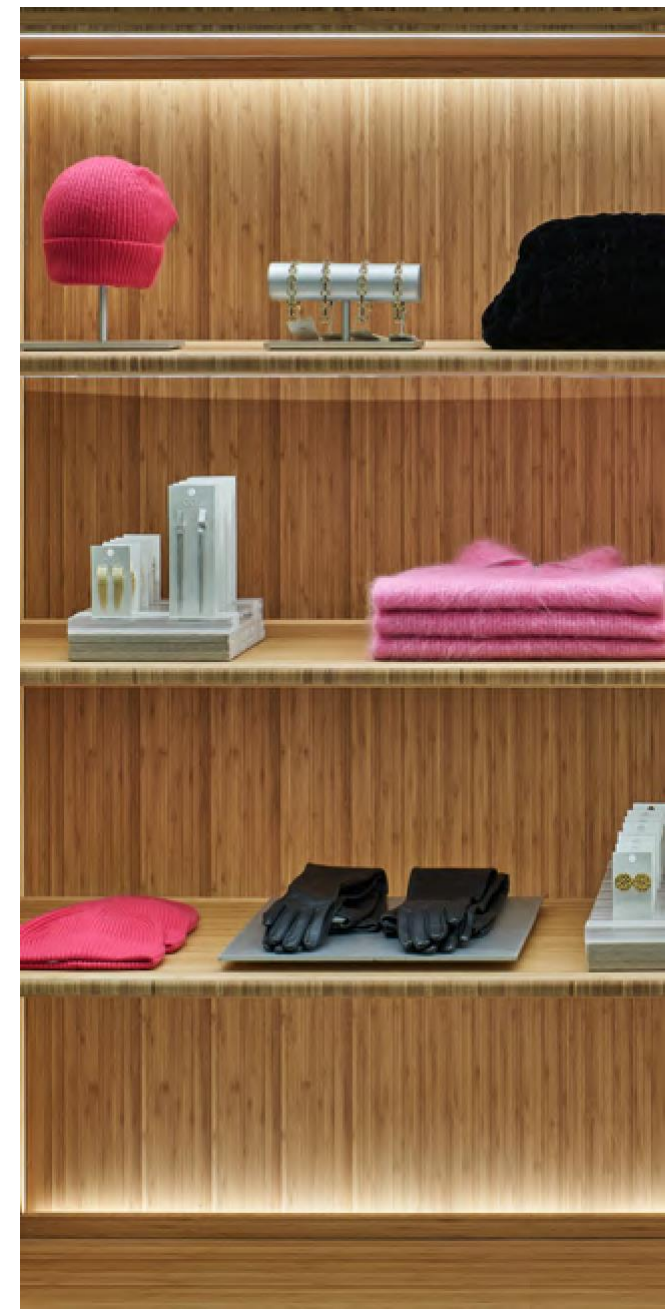
— Istniejące przepisy nie wspierają cyrkularnego sposobu działania, zatem ponowne wykorzystanie elementów wykończenia wnętrz przez różne sklepy i rynki może stanowić pewne wyzwanie, zwłaszcza w odniesieniu do przeniesienia wartości aktywów.

— Optymalizacja przestrzeni biurowej oraz ponowne wykorzystanie lub sprzedaż produktów wyposażenia wnętrz zamiast ich przekazywania do recyklingu nie tylko pozwoliły na zaoszczędzenie zasobów i uniknięcie emisji gazów cieplarnianych, ale są również opłacalnym rozwiązaniem biznesowym.

Spojrzenie w przyszłość

— Priorytetowo traktujemy nasze strategiczne partnerstwo z instytutem [IVL Swedish Environmental Research Institute](#) zmierzające do opracowania modelu analizy wpływu produktów wyposażenia wnętrz na klimat. Pomoże nam to zrozumieć wpływ materiałów na emisję CO₂e i redukcję zasobów – od wydobycia surowca i przetwarzania materiału, aż do momentu, gdy materiał jest gotowy do wykorzystania w produkcji wnętrz, w tym w logistyce.

— Będziemy kontynuować redukcję powierzchni biurowej, mierzonej jako m²/osobę, oraz zwiększać udział ponownie wykorzystywanych elementów wyposażenia wnętrz.



Sprawiedliwość i równość

Nasze podejście do sprawiedliwości i równości	61
Poszanowanie i wspieranie praw człowieka	63
Społeczne oddziaływanie w działalności własnej	65
Społeczne oddziaływanie w łańcuchu dostaw naszej produkcji	67
Inkluzywność i różnorodność	77
Zaangażowanie społeczności	81



Nasze podejście do sprawiedliwości i równości

Nasza działalność ma wpływ na ludzi na całym świecie i chcemy, aby wpływ ten był pozytywny. Mamy obowiązek szanować i wspierać prawa wszystkich osób zaangażowanych w naszą działalność i mających na nią wpływ, kierując się wspólnymi wartościami i zobowiązaniem do bycia firmą szanującą sprawiedliwe i równe podejście do wszystkich.

Należyta staranność w zakresie **praw człowieka** to ciągły proces, który wdramy w celu identyfikowania, zapobiegania, łagodzenia i zarządzania potencjalnemu i faktycznemu negatywnemu wpływowi na ludzi i prawa człowieka.



Jest to podstawa naszego podejścia do bycia firmą dbającą o sprawiedliwość i równość oraz do tego, by zagwarantować uwzględnienie perspektywy społecznej w naszych programach środowiskowych. Naszym celem jest poszanowanie wszelkich praw człowieka, a nasze wysiłki i strategie koncentrujemy na kwestiach najistotniejszych – czyli takich, które są najbardziej narażone na oddziaływanie naszej działalności. Zmieniające się otoczenie, na przykład wojna w Ukrainie, stała niestabilność środowiska naturalnego i następstwa pandemii Covid-19 zwiększają zagrożenia dla praw człowieka w określonych regionach lub na świecie.

Do osób, na prawa których nasza działalność ma wpływ, należą nasi pracownicy, klienci, pracownicy naszych łańcuchów dostaw, społeczności, w których prowadzimy działalność oraz pewne grupy osób narażonych na większe ryzyko nierówności lub naruszenia praw człowieka. Staramy się szanować i rozwijać ich prawa poprzez następujące obszary działania:

— **Społeczne oddziaływanie w działalności własnej i w łańcuchu dostaw produkcji.** Każdy człowiek powinien oczekiwać godnej, mającej znaczenie pracy ze sprawiedliwym wynagrodzeniem, przynoszącej określone świadczenia, wykonywanej w bezpiecznym miejscu wolnym od dyskryminacji oraz zapewniającym prawo do wolności zrzeszania się. Nasze działania w tym zakresie – z naciskiem na naszych pracowników i osoby pracujące w naszym łańcuchu dostaw – są zgodne z opracowanymi przez Międzynarodową Organizację Pracy **Podstawowymi Zasadami i Prawami Pracy** i oparte na jej definicji godnej pracy.

Inkluzywność i różnorodność Jesteśmy zdeterminowani do tego, by tworzyć integracyjne, zróżnicowane i sprawiedliwe środowisko pracy w naszej działalności i łańcuchu dostaw produkcji. Wspólnie z naszymi markami, promujemy różnorodność i równość poprzez produkty i komunikację, a także wzmacniamy integrację w naszych społecznościach.

Zaangażowanie społeczności Współpracujemy z innymi podmiotami w celu poprawy społecznego i środowiskowego oddziaływania na naszych interesariuszy na poziomie lokalnym w krajach, w których prowadzimy działalność oraz w celu promowania praw szerszych społeczności.

— **Praca na rzecz branży mody cyrkularnej o zerowej emisji netto.** Stan środowiska naturalnego zasadniczo wpływa na dobrostan ludzi i sprawiedliwy dostęp do podstawowych zasobów. W miarę przyspieszania naszej podróży i podróży sektora w kierunku cyrkularnej, przyszłości o zerowej emisji netto jest ważne, abyśmy rozważyli ryzyko i możliwości związane z prawami człowieka, tak by możliwe były oddziaływanie całościowe i sprawiedliwe przejście do odpornego, kwitającego sektora, wspierającego ludzi i środowisko.

W przeprowadzonej przez nas w 2022 roku ankiecie dla interesariuszy, 36% z nich ocenia nasze działania na rzecz sprawiedliwej pracy jako dobre lub bardzo dobre, a 50% ocenia nasze działania na rzecz inkluzywności i różnorodności jako dobre lub bardzo dobre. Nasz ogólny wynik zaangażowania pracowników w badaniu People Engagement Pulses wyniósł 76 na 100 (w 2021 roku również 76). 89% dostawców uważa Grupę H&M za sprawiedliwego partnera biznesowego.

Poznaj nasze wskaźniki KPI dla sprawiedliwości i równości od 2022 roku.

H&M Foundation (Fundacja H&M)

W 2022 roku Fundacja H&M:

— Dalej wspierała kobiety pracujące w przemyśle odzieżowym w Bangladeszu poprzez uruchomienie inicjatywy Oporajita („Niezwyciężone”) – wspólnej akcji wielu partnerów, przyjmujących całościowe podejście do kwestii odpowiedniego wyposażenia tych kobiet zgodnie z potrzebami przyszłości zdefiniowanej przez automatyzację i cyfryzację.

— Dalej wspierała inicjatywę Saamuhika Shakti („kolektywna siła”), czyli współpracę dziesięciu partnerów, mającą na celu wyposażenie nieformalnych „zbieraczy” odpadów w Bengaluru w narzędzia umożliwiające im wyjście z ubóstwa. Grupa H&M rozszerzyła zasięg inicjatywy Saamuhika Shakti poprzez samodzielne partnerstwo biznesowe z przedsiębiorstwem społecznym Hasiru Dala Innovations. Guziki zawierające plastik odzyskany z ulic Bengaluru pojawiają się teraz w ubraniach na całym świecie.

— Współpracowała z Social Alpha w celu uruchomienia drugiej rundy inicjatywy Techtonics – Innovations

— in Circular Economy in India stanowiącej część Saamuhika Shakti. Pozwala on zidentyfikować lokalne innowacje o przełomowym znaczeniu, które przyczyniają się do poprawy zarządzania odpadami i włączają zbieraczy odpadów do łańcucha wartości.

— Przekazała po 100 000 USD na rzecz organizacji Save the Children i Wysokiego Komisarza Narodów Zjednoczonych w celu wsparcia działań pomocowych w Ukrainie oraz 250 000 USD na rzecz Czerwonego Krzyża/Czerwonego Półksiężycyca na pomoc w usuwaniu skutków powodzi w Pakistanie.

Globalne, obejmujące całą branżę podejście do praw pracowniczych

Rozmowa z Atle Høie, Sekretarzem Generalnym IndustriALL o tym, jak sobie radzimy i co możemy zrobić lepiej

Dziewięć lat temu H&M Group, IndustriAll i IF Metall podpisały pierwsze Globalne Porozumienie Ramowe (GFA). Jakie zaobserwowałeś skutki tego wydarzenia?

Od czasu podpisania Globalnego Porozumienia Ramowego wyraźnie widać poprawę stosunków branżowych i praw pracowników w globalnym łańcuchu dostaw Grupy H&M. Wspólne porozumienie ustanowiło globalny mechanizm rozwiązywania sporów, system krajowych komitetów monitorujących (NMC) oraz ścieżkę umożliwiającą pracownikom zrzeszanie się w związki zawodowe i negocjowanie układów zbiorowych w fabrykach dostawców Grupy H&M.

Komitety są kluczowe we wspieraniu dialogu pomiędzy dostawcami a związkami zawodowymi w sytuacjach, gdy jakichś problemów nie można rozwiązać na poziomie zakładu.

Inne światowe marki poszły ścieżką wytyczoną przez Grupę H&M, dostrzegając wartość bezpośredniej współpracy z IndustriALL i jej oddziałami i polepszenia relacji w branży.

Jak opisałbyś wyzwania związane z budowaniem relacji chroniących pracowników w branży modowej?

Głównym wyzwaniem jest tu model biznesowy branży, który, wraz z zależnością od łańcucha dostaw, zdejmuje z marek odpowiedzialność formalną. W branży modowej marki mają ogromny wpływ na warunki oferowane pracownikom, ale ponieważ nie są one ich bezpośrednimi pracodawcami, nie mają bezpośredniego udziału w układach zbiorowych.

Inne wyzwania to oczywiście fakt, że przemysł odzieżowy jest pracochłonny i często zlokalizowany w biedniejszych i mniej rozwiniętych krajach, w których stosunki przemysłowe są wciąż bardzo niedojrzałe.

Jakie działań oczekiwałbyś od Grupy H&M i innych podmiotów, aby sprostać takim wyzwaniom?

Jako wiodący gracz, Grupa H&M musi być nadal wzorcem do naśladowania jeśli chodzi o relacje branżowe, rozsądne praktyki zakupowe czy przestrzeganie wymagań w zakresie zdrowia i bezpieczeństwa u swoich dostawców. Światowy lider musi zająć zdecydowane stanowisko w sprawie naruszania międzynarodowych standardów, Globalnego Porozumienia Ramowego, a także zobowiązań podjętych w ramach międzynarodowego porozumienia i ACT.

Od władz oczekujemy pełnego poszanowania konwencji Międzynarodowej Organizacji Pracy oraz wsparcia dla organizowania się i umów zbiorowych, które są kluczowe przy tworzeniu bardziej zrównoważonych warunków współpracy pracodawców, pracowników i marek.

Dostawcom potrzebne są zachęty do tego, by przestrzegać tych samych standardów, ale często działają oni pod presją cen płynącą od marek oraz oczekiwań władz i pracowników.

Wszystkie strony muszą współpracować w sprawie stworzenia systemu, w którym pracownicy otrzymują dobre wynagrodzenia i mają właściwe warunki pracy, a marki i dostawcy nadal zarabiają.

Współpracujemy w zakresie wynagrodzeń, zdrowia i bezpieczeństwa, ochrony socjalnej, a w naszym własnym łańcuchu dostaw także w zakresie przemocy i molestowania ze względu na płeć (GBVH). Jak możemy zacieśnić tę współpracę, by uzyskać jak najlepsze efekty?

Współpraca na tych polach podkreśliła znaczenie współdziałania z innymi markami i globalnymi podmiotami w celu znalezienia systemowych rozwiązań dla występujących w globalnym łańcuchu dostaw problemów, które nie mogą być rozwiązane tylko przez jedną markę.

Konieczne są dalsze wspólne działania, które pozwolą uzyskać realny wpływ na model biznesowy globalnego łańcucha dostaw wyrobów włókienniczych. Globalni interesariusze, ale także marki indywidualnie, powinny podpisać prawnie wiążące umowy z IndustriALL i jej oddziałami, gwarantujące poprawę warunków pracy w branży.



Poszanowanie i wspieranie praw człowieka

Zobowiązujemy się do poszanowania i ochrony praw człowieka w całym naszym łańcuchu wartości, kierując się Wytycznymi ONZ dotyczącymi biznesu i praw człowieka oraz Wytycznymi OECD dla przedsiębiorstw wielonarodowych. Dążymy do przyjęcia spójnego podejścia do oceny, postępowania i ograniczania naszego wpływu na życie ludzi i planetę, a także do nadania priorytetu najbardziej istotnym kwestiom.

Nasze stanowisko jest szczegółowo opisane w [Polityce praw człowieka](#), która wyjaśnia nasze działania i osadza je w kontekście przestrzegania podstawowych praw człowieka w naszej działalności własnej. Nasze [Oświadczenie w sprawie współczesnego niewolnictwa](#) pokazuje, co robimy w celu zapobiegania pracy przymusowej i pracy dzieci w łańcuchach dostaw.

Wzmoczone niepokoje na świecie i nowe konflikty, takie jak wojna w Ukrainie, zwiększają ryzyko naruszenia praw człowieka w działalności własnej. Dostrzegamy również wzajemne powiązania między kwestiami środowiskowymi – takimi jak zmiana klimatu, wykorzystanie zasobów i niedobór wody – a skutkami społecznymi, wpływającymi na takie kwestie, jak sprawiedliwość, zdrowie czy źródła utrzymania.

Nasze strategie i polityka koncentrują się na [najważniejszych kwestiach związanych z prawami człowieka](#), stosujemy oparte na ryzyku podejście do badania praw człowieka. Stale monitorujemy i oceniamy problemy pojawiające się w naszych działaniach, łańcuchach dostaw i społecznościach, a także odpowiednio dostosowujemy nasze priorytety.

Nasza polityka, oddziaływanie i postępy w tych kwestiach są szczegółowo opisane w różnych częściach niniejszego Raportu, w tym poświęconych takim kwestiom, jak [woda](#), [dobór materiałów](#), [oddziaływanie społeczne w naszych działaniach](#) oraz [łańcuch dostaw produkcji](#), [integracja i różnorodność](#), [wpływ na społeczność](#) oraz [zarządzanie łańcuchem dostaw](#).

Jest niezwykle ważne, aby ludzie, z którymi pracujemy, współpracujemy i wymieniamy się doświadczeniami byli pewni swoich praw i mieli możliwość informowania o naszej pracy. [Współdziałanie](#) z osobami, na których prawa nasza działalność ma wpływ, jest zatem ważnym elementem naszych działań.

Ujednolicamy zasady ładu korporacyjnego i scentralizowane systemy zarządzania ryzykiem, jeszcze głębiej integrując działania *due diligence* dotyczące praw człowieka i środowiska z procesami zarządzania ryzykiem korporacyjnym. Dalsze informacje na temat działań w sprawie [zarządzania ryzykiem korporacyjnym](#), [praw człowieka](#) oraz [należytej staranności](#). Kontynuujemy wprowadzanie należytej staranności we wszystkich prowadzonych przez nas działaniach i nieustannie śledzimy oraz ograniczamy oddziaływanie na środowisko.



Postęp: należyta staranność w zakresie praw człowieka

— Podjęliśmy [Zobowiązanie dotyczące zrównoważonego rozwoju dla Partnerów Biznesowych](#), które lepiej odpowiada różnorodnym kontekstom operacyjnym i doświadczeniom, dostosowując je odpowiednio do różnych funkcji i grup – takich jak produkcja, budownictwo i obsługa obiektów, wynajem, operacje magazynowe i transport. Zaktualizowane wersje są wdrażane w całej Grupie H&M.

— Trzeci rok z rzędu angażowaliśmy nasze krajowe zespoły odpowiedzialne za produkcję, działalność budowlaną, sprzętanie i logistykę w roczny proces przeglądu ryzyka związanego z prawami człowieka. Zaangażowanie członków zespołów zapewnia bardziej szczegółowy wkład w ocenę ryzyka, zwiększa świadomość naszych zasad i głębiej integruje nasze praktyki w zakresie praw człowieka w całej organizacji.

— Wraz z postępującą cyfryzacją naszego modelu biznesowego, coraz bardziej koncentrujemy się na ochronie praw i zabezpieczeń związanych z prywatnością, bezpieczeństwem danych i odpowiedzialnym ich wykorzystywaniem.

Postęp: szkolenia

— Prowadzimy szkolenia, które pomagają naszym współpracownikom zrozumieć i chronić prawa człowieka:

– W 2022 roku w szkoleniach podnoszących świadomość w zakresie praw człowieka uczestniczyło 177 współpracowników.

– Międzynarodowa Organizacja ds. Migracji przeprowadziła dodatkowe sesje dotyczące odpowiedzialnej rekrutacji uchodźców z Ukrainy dla naszych dostawców produkcyjnych i pracowników magazynowych we Włoszech, Polsce, Portugalii i Rumunii.

Postęp: mechanizmy składania skarg

— Rozszerzyliśmy zakres działania Speak Up, naszej korporacyjnej platformy skarg i zażaleń, umożliwiając dostęp do niej większej liczbie interesariuszy zewnętrznych.

— Nasze zaktualizowane Zobowiązanie dotyczące zrównoważonego rozwoju wymaga od naszych dostawców i partnerów biznesowych

zapewnienia dostępności mechanizmów składania skarg w prowadzonej przez nich działalności oraz aktywnego angażowania się w procesy naprawcze.

— Kontynuowaliśmy monitorowanie funkcjonalności mechanizmów składania skarg w całym łańcuchu dostaw produkcji.

Postęp: zarządzanie łańcuchem dostaw

— We wszystkich naszych łańcuchach dostaw działaliśmy na rzecz wspierania praw człowieka (więcej w części Zarządzanie łańcuchem dostaw):

— Oceniamy poziomy ryzyka, aby nadać priorytet audytom własnych i podzlecanych operacji magazynowych. W 2022 roku przeprowadziliśmy 34 audyty miejscowe.

— Kontynuowaliśmy współpracę z partnerami w ramach Unijnej Platformy Odpowiedzialnego Transportu Drogowego w celu poprawy warunków pracy kierowców ciężarówek oraz innych pracowników transportu drogowego.

— Aby wzmocnić należytą staranność wobec marek zewnętrznych, nadal prowadziliśmy ocenę poziomów ryzyka operacyjnego i dostosowywaliśmy współpracę oraz audyty odpowiednio do wiedzy i doświadczenia marek. Opracowaliśmy również przewodnik samooceny dla partnerów biznesowych w ramach wspieranego przez programy szkoleniowe procesu wdrażania w tym zakresie.

— Współpracowaliśmy z inicjatywą Better Cotton Initiative, Textile Exchange i Leather Working Group, by lepiej uwzględnić prawa człowieka i wsparcie dla źródeł utrzymania w najistotniejszych standardach i procedurach pracy.

Postęp: ochrona szczególnie narażonych grup

— Nie wykryliśmy żadnych przypadków pracy dzieci w łańcuchu dostaw poziomu 1 w 2022 roku. Dokonaliśmy przeglądu i aktualizacji wytycznych dotyczących ryzyka i środków zaradczych związanych z pracą dzieci oraz przeprowadziliśmy szkolenia pomocnicze dla zespołów wewnętrznych i kluczowych dostawców. 33 naszych współpracowników zostało przeszkolonych w zakresie praw dziecka, zagrożeń związanych z pracą dzieci i zapobieganiu temu zjawisku.

— W Turcji i Bangladeszu rozwijamy dostosowane do potrzeb usługi opieki nad dziećmi pracowników w fabrykach naszych dostawców, wspierając ich prawo do edukacji i tworząc warunki większej równości płci w miejscu pracy.

— Nadal koncentrujemy się na odpowiedzialnej rekrutacji migrantów i staramy się identyfikować możliwości ich dostępu do rynku pracy na uczciwych warunkach. Więcej w naszym Oświadczeniu w sprawie współczesnego niewolnictwa.

Postęp: sprawy publiczne

— Aby doprowadzić do zmian systemowych w prawodawstwie dotyczącym praw człowieka, rozwinęliśmy funkcję spraw publicznych

i zwiększyliśmy liczbę wydawanych przez nas wezwań do wprowadzania nowoczesnych regulacji.

Wnioski

— Zmienne warunki gospodarcze i polityczne wymagają szybkich i odpowiednich działań. Staramy się działać w odpowiednim czasie i w skuteczny sposób wspierając prawa człowieka, a nasze działania opieramy na bieżących analizach ryzyka i procesach należytej staranności.

— Aby zachować zgodność z oczekiwanymi przepisami, musimy wzmocnić analizy due diligence i włączyć je do rutynowych działań biznesowych, a także musimy dokumentować procesy i harmonizować gromadzenie danych w całej Grupie.

Spojrzenie w przyszłość

— Do chwili obecnej koncentrowaliśmy się przede wszystkim na działalności własnej oraz na dostawcach dla produkcji poziomu 1 i 2, a także na niektórych elementach zaopatrzenia w surowce. Planujemy wzmocnienie należytej staranności w całym łańcuchu dostaw, obejmującym wszystkie surowce, jak również w łańcuchach dostaw związanych z usługami i cyrkularnymi modelami biznesowymi.

— Chcąc wypracować podejście oparte w większym stopniu na analizie ryzyka, dążymy do lepszego rozumienia zagrożeń dla środowiska i praw człowieka w całym łańcuchu wartości. Zapewni nam to bardziej kompleksową ocenę ryzyka i oddziaływania oraz odpowiednio ukierunkuje środki zapobiegawcze i działania łączące.



Społeczne oddziaływanie w działalności własnej



Wszyscy pracownicy Grupy H&M powinni mieć dobre warunki pracy w bezpiecznym i zdrowym otoczeniu. Staramy się tworzyć i utrzymywać miejsca pracy, które cechować się będą takimi warunkami, jak sprawiedliwość, inkluzywność, równość i pełny szacunek. W oparciu o wnioski płynące ze stałe zmieniającego się środowiska biznesowego, nieustannie badamy nowe sposoby pracy, aby pobudzać kreatywność i wzmacniać naszą kulturę pracy. Koncentrujemy się na takich kwestiach jak:

— Zdrowie, bezpieczeństwo i dobrostan.

Nieustannie działamy na rzecz promowania fizycznego, psychicznego i społecznego dobrostanu w całej naszej działalności. Stałe procesy i rutyny oraz ścisły dialog z wewnętrznymi interesariuszami pomagają nam identyfikować i ograniczać ryzyko oraz sprostać wyzwaniom.

— **Rozwój zawodowy i osobisty.** Stosujemy postawę uczenia się, w ramach której współpracownicy regularnie przekazują i otrzymują informacje zwrotne. Wspieramy każdego w definiowaniu własnych celów rozwojowych i zachęcamy wszystkich do korzystania z szerokiego wachlarza możliwości edukacyjnych w ramach realizacji rozwoju zawodowego i osobistego.

— Relacje i zaangażowanie pracowników.

Szanujemy prawo naszych pracowników do wolności zrzeszania się i umów zbiorowych, a nasze zobowiązania przedstawiamy w dokumencie [Globalne Zasady Stosunków Pracy](#) i w Globalnym Porozumieniu Ramowym z Union Network International.

Zaangażowanie naszych pracowników jest kluczowe dla dalszego sukcesu biznesowego firmy. W regularnie prowadzonym wewnętrznym badaniu *People Engagement Pulses* (PEP) zachęcamy wszystkich pracowników do przekazywania informacji zwrotnych na temat doświadczeń w miejscu pracy i wskazywania obszarów wymagających poprawy.

— **Wynagrodzenia i świadczenia** Nasze wytyczne w ramach [Globalnej polityki wynagrodzeń i świadczeń](#) określają nasze podejście do kwestii wynagrodzeń i świadczeń. Wszyscy pracownicy zatrudnieni w pełnym lub niepełnym wymiarze czasu pracy, niezależnie od stanowiska, wynagrodzenia i kraju, mogą skorzystać z [Programu Motywacyjnego H&M](#) (HIP), czyli programu opcji na akcje.¹ Pracownicy Grupy H&M otrzymują zniżkę podczas zakupów w naszych sklepach stacjonarnych oraz online na całym świecie.

Postęp: ogólnie

— Aby zapewnić globalne i spójne podejście, jako pracodawca, opracowujemy Minimalne Standardy Zatrudnienia Grupy H&M, kierując się konwencjami Międzynarodowej Organizacji Pracy. Zostaną one wydane globalnie w 2023 roku.

— Aktualizujemy politykę społeczną, aby dostosować ją do zmieniających się przepisów oraz zapewnić, że będzie jasna i zrozumiała.

Postęp: zdrowie, bezpieczeństwo i dobrostan

— Kontynuowaliśmy regularne szkolenia z zakresu BHP, w tym zarządzania kryzysowego, zgodnie z naszą Globalną Polityką BHP.

¹⁾ Ze względu na lokalne przepisy, Program Motywacyjny H&M (HIP) nie jest obecnie dostępny we wszystkich krajach, a przepisy dotyczące wynagrodzenia różnią się na kilku rynkach.

Wspieranie pracowników poszkodowanych w wyniku wojny w Ukrainie

Ponieważ wojna w Ukrainie trwa, naszym priorytetem jest wspieranie wszystkich naszych pracowników nią dotkniętych w sposób przejrzysty, spójny i pełen szacunku.

Nasze sklepy w Ukrainie są zamknięte do odwołania, a my cały czas wspieramy naszych ukraińskich pracowników na wiele sposobów. Wielu pracownikom, którzy wyjechali z kraju, zaproponowano pracę na innych pobliskich rynkach, na których działamy, a pracownikom przebywającym w Ukrainie oferujemy pomoc finansową.

Wyplacaliśmy pensje pracownikom w Rosji przez cały czas obowiązywania decyzji o zawieszeniu sprzedaży, a później o likwidacji naszej działalności w tym kraju. Ponieważ sklepy były stopniowo zamykane, pracownicy otrzymali odprawy i wsparcie zawodowe zgodnie z naszymi procedurami dotyczącymi [odpowiedzialnego postępowania w biznesie](#).

Więcej o naszej szerszej [reakcji na konflikt](#).

Spoleczne oddziaływanie w działalności własnej

Nasz wewnętrzny biuletyn, The Care Label, promuje tematykę zdrowia psychicznego i dobrostanu wszystkich pracowników.

— 67% respondentów ankiety PEP zgodziło się ze stwierdzeniem „Jestem w stanie skutecznie równoważyć pracę i życie osobiste”, co stanowi wzrost z 65% w 2021 roku.

Postęp: rozwój zawodowy i osobisty

— Pilotujemy platformę edukacyjną, która ma na celu odpowiednie dostosowanie szkoleń i zaoferowanie wszystkim pracownikom dostosowanych planów rozwoju zawodowego i osobistego.

— 12-miesięczny program stażowy Grupy H&M dla absolwentów został skonstruowany tak, by przyciągnąć najbardziej utalentowanych ludzi z różnych środowisk, z różnym doświadczeniem, z rozmaitych systemów edukacyjnych. Zapewnia on stażystom wsparcie mentora i menedżera podczas pracy dla różnych jednostek biznesowych H&M, udział w projektach, dostęp do szkoleń i możliwość nawiązywania kontaktów.

— Średni czas szkolenia jednego pełnoetatowego współpracownika wyniósł 10 godzin.

— 67% respondentów ankiety PEP zgodziło się ze stwierdzeniem „mam dobre możliwości nauki i rozwoju”, co oznacza wzrost z 65% w 2021 roku.

Postęp: relacje i zaangażowanie pracowników

— Aby sprostać oczekiwaniom naszych klientów i kontynuować przejście do świata cyfrowego, prowadziliśmy dalszą konsolidację portfela sklepów i transformacje biznesowe. Procesy te umożliwiły nam dalsze stosowanie pełnego odpowiedzialności podejścia do wspierania naszych pracowników. Nasze rynki podjęły szereg działań, w tym zapewnienie dostępności kierowników i pracowników działu zasobów ludzkich w regularnych rozmowach telefonicznych oraz zapewnienie dodatkowych świadczeń lub rekompensat w ramach wsparcia procesu przejścia.

— Wraz z Shift dokonaliśmy przeglądu aktualnego procesu składania skarg, który umożliwia wszystkim pracownikom Grupy H&M zgłaszanie naruszeń polityki społecznej lub innych zauważonych uchybień. Po dokonaniu przeglądu zdecydowaliśmy się na włączenie tego procesu do naszej platformy Speak Up.

— Ogólny wynik zaangażowania pracowników w badaniu PEP pozostał na wysokim poziomie 76 na 100, czyli takim samym jak w 2021 roku.

— 81% współpracowników, którzy odpowiedzieli na naszą ankietę PEP, zgodziło się ze stwierdzeniem „Czuję się uprawniony do przejmowania odpowiedzialności za swoją pracę”, co stanowi wzrost z 80% w 2021 roku.



Postęp: wynagrodzenia i świadczenia

— Aby zwiększyć wskaźnik sprawiedliwości i uczciwości w zakresie wynagrodzeń, kontynuujemy wdrażanie naszych Ogólnych Ram Pracy we wszystkich realizowanych operacjach. Struktura ta umożliwia nam porównywanie poziomów wynagrodzeń i świadczeń, zarówno wewnątrz naszej organizacji, jak i poza nią, a także na różnych rynkach.

— 67% respondentów badania PEP zgodziło się ze stwierdzeniem „Czuję się usatysfakcjonowany uznaniem lub pochwałami, które otrzymuję za pracę”, co stanowi wzrost w stosunku do 65% w roku ubiegłym.

Ustalenia

— Aby szybko i sprawnie reagować na zmieniające się warunki na całym świecie i sprostać wymogom prawnym i operacyjnym, musimy nadal dostosowywać nasze wewnętrzne procesy, ułatwiać przepływ informacji i wzmacniać globalne, spójne podejście do własnej działalności.

Spojrzenie w przyszłość

— Będziemy dalej prowadzić harmonizację procesów związanych z ludźmi w celu zwiększenia efektywności w ramach marek, funkcji i regionów. Takie podejście pozwoli nam na dalszy rozwój, na przykład naszych działań na rzecz pozyskiwania talentów, a także prace nad wynagrodzeniami, świadczeniami i emeryturami.

— Kontynuujemy wdrażanie podstaw naszej nowej cyfrowej platformy komunikacji i współpracy – One Experience – umożliwiającej współpracę i komunikację w całej Grupie H&M. Dzięki usprawnieniu kanałów komunikacji, wszyscy współpracownicy we wszystkich częściach firmy mogą otrzymywać informacje na bieżąco i być w kontakcie.

— Będziemy nadal rozwijać i wdrażać Minimalne Standardy Zatrudnienia Grupy H&M globalnie we wszystkich naszych działaniach.

— Zaangażowanie pracowników pozostaje priorytetem i pracujemy aktualnie nad strategią mającą na celu poprawę koordynacji różnych inicjatyw wewnętrznych w całej Grupie H&M.

Społeczne oddziaływanie w łańcuchu dostaw naszej produkcji



Dokładamy wszelkich starań, aby być dobrym partnerem dla naszych dostawców oraz by szanować i wspierać prawa ich pracowników. Ponieważ nasz łańcuch produkcyjny poziomu 1 i 2 obejmuje 34 kraje i ponad 1,28 mln pracowników, mamy możliwość wywierania pozytywnego wpływu na społeczność na całym świecie.

Dążymy do zapewnienia poszanowania praw człowieka i zabezpieczeń socjalnych w całym łańcuchu dostaw. Monitorujemy ryzyka i szanse w całej naszej działalności i nadajemy priorytet działaniom wspierającym najbardziej wrażliwe osoby w łańcuchu wartości. Należą do nich pracownicy migranci, uchodźcy, pracownicy sektora nieformalnego, a w szczególności kobiety we wszystkich tych grupach.

Koncentrujemy się na takich kwestiach jak:

— **Zdrowie, bezpieczeństwo i dobrostan:**

Wszystkie miejsca pracy powinny być bezpiecznym i zdrowym środowiskiem. Współpracujemy z dostawcami w ocenie warunków w miejscu pracy i doświadczeń pracowników. Jesteśmy sygnatariuszem [Międzynarodowego porozumienia w sprawie bezpieczeństwa i higieny pracy w przemyśle tekstylnym i odzieżowym](#).

— **DIALOG społeczny:** Popieramy wolność zrzeszania się i wyrażania opinii przez pracowników. Naszym zdaniem ciągle dialog i zaangażowanie w miejscu pracy zwiększają niezawodność łańcucha dostaw i obniżają poziom ryzyka.

Otoczamy ochroną demokratycznie wybranych przedstawicielstw pracowniczych i zachęcamy pracowników do tego, by poznawali swoje prawa.

— **Postęp: wynagrodzenia, świadczenia i ochrona socjalna**

Każdy powinien otrzymywać sprawiedliwe wynagrodzenie za pracę¹ i dlatego współpracujemy z dostawcami na rzecz podwyższania płac, rozwijania systemów zarządzania płacami w fabrykach oraz promowania ramowych rozwiązań ochrony socjalnej zgodnych z ustanowionymi standardami międzynarodowymi. Poprzez współpracę z ekspertami, przedstawicielami branży i rządami działamy na rzecz podwyższania wynagrodzenia w naszym sektorze w różnych krajach. Nasz [Strategia płac](#) określa ścieżkę do poprawy warunków życia pracowników.

— **Inkluzywność i różnorodność:** Staramy się wdrażać zasady inkluzywności w całym łańcuchu wartości, traktując ludzi sprawiedliwie i zapewniając każdemu dostęp do takich samych możliwości. Aby to zrealizować, opracowaliśmy strategię na rzecz równouprawnienia płci, aby promować i wspierać kobiety², a także plan koncentrujący się na pracownikach migrantach i uchodźcach. Więcej na ten temat w części [Inkluzywność i różnorodność](#) i w dokumencie [Oświadczenie w sprawie współczesnego niewolnictwa](#).

Współpracujemy z partnerami na całym świecie, aby przyspieszyć rozwój społeczny w całym łańcuchu dostaw:

— Jako członek Industry Summit współpracujemy z 13 innymi markami w zakresie wymiany informacji i najlepszych praktyk dotyczących kwestii społecznych i środowiskowych, takich jak np. budowanie potencjału, wspólne działania naprawcze i audyty dostawców.

¹) Przeczytaj o tym, jak definiujemy sprawiedliwe wynagrodzenie.

²) Nasza strategia na rzecz równouprawnienia płci obejmuje działania i środki skupiające się na równości płci jako mechanizmie służącym do osiągnięcia celu końcowego, jakim jest równouprawnienie płci.

— Globalne Porozumienie Ramowe (GFA) ze związkami zawodowymi [IndustriALL](#) oraz [IF Metall](#) ułatwia dialog społeczny w łańcuchu dostaw i promuje prawa pracownicze. Krajowe Komitety Monitorujące (NMC)³ zarządzają wdrażaniem umowy na rynkach lokalnych.

— Jesteśmy częścią porozumienia [Action, Collaboration, Transformacja](#) (ACT) zawartego przez IndustriALL i globalne marki, które ma na celu zapewnienie płac umożliwiających utrzymanie się poprzez odpowiedzialne praktyki zakupowe i negocjacje zbiorowe na poziomie branży.

— Popieramy [Program Godnej Pracy](#) Międzynarodowej Organizacji Pracy (MOP) i współpracujemy z decydentami w zakresie kształtowania i uchwalania postępowych przepisów. Przeczytaj więcej o naszych działaniach w dziedzinie [spraw publicznych](#).

— Jesteśmy członkami Komitetu Doradczego Better Work, w którym pomagamy kształtować strategiczny kierunek programu i partnerstwa oraz bierzemy udział w rozmowach na temat kluczowych zmian w globalnych łańcuchach dostaw i standardach pracy.

— Jako członek zarządu [Sustainable Apparel Coalition](#) jesteśmy zobowiązani do tego, by zwiększać i ujednolicać gromadzenie danych w fabrykach oraz zbierać informacje od wielu interesariuszy, a także działać na rzecz poprawy warunków socjalnych poprzez [Projekt konwergencji społecznej i pracowniczej](#).

³) Krajowe komitety monitoringu mają w swoim składzie przedstawicieli Grupy H&M pracujących w terenie oraz przedstawicieli związków zawodowych na szczeblu krajowym zrzeszonych w IndustriALL.

Miejsca pracy w cyrkularnej branży modowej mody o zerowej emisji netto

Zobowiązujemy się do przyjęcia całościowego podejścia do łańcucha wartości i zapewnienia pozytywnego oddziaływania na ludzi i planetę w ramach transformacji w cyrkularną branżę modową o zerowej emisji netto.

Opierając się na doświadczeniach zdobytych przez nas w ramach projektu Keeping Workers in the Loop realizowanego wspólnie z BSR, działamy na rzecz opracowania nowego planu działania, mającego na celu zapewnienie całościowego oddziaływania na środowisko, klimat i społeczeństwo w zmieniającym się przemyśle odzieżowym.

Zidentyfikowaliśmy możliwości wykorzystania transformacji z gospodarki linearnej na cyrkularną o zerowej emisji netto i zobowiązujemy się do zapewnienia, że będzie to transformacja sprawiedliwa dla ludzi w całym łańcuchu wartości. Nasze holistyczne priorytety dotyczące oddziaływania na środowisko i klimat obejmują inicjatywy w zakresie podnoszenia i zmiany kwalifikacji, zapewnianie wysokiej jakości miejsc pracy oraz wdrażanie odpowiedzialnych praktyk biznesowych w całym łańcuchu wartości.

Nieustannie pomagamy dostawcom w zrozumieniu bieżących skutków pandemii Covid-19. Na różnych rynkach wprowadzane są nowe przepisy dotyczące odpowiedzialnych praktyk biznesowych, a my współpracujemy z dostawcami w celu dostosowania działań do najnowszych standardów i norm. Poza pandemią, coraz większym problemem w kwestii sprawiedliwych płac na całym świecie jest wysoka inflacja, zwracamy zatem uwagę na potrzebę funkcjonalnych systemów zarządzania płacami w celu zapewnienia ochrony środków do życia pracowników.

Postęp: zdrowie, bezpieczeństwo i dobrostan

— Międzynarodowe porozumienie w sprawie bezpieczeństwa i higieny pracy w przemyśle tekstylnym i odzieżowym obowiązuje obecnie w Bangladeszu, jest egzekwowane przez Radę ds. zrównoważonego rozwoju odzieży gotowej i ma na celu zapewnienie pracownikom sektora bezpiecznego i zdrowego środowiska pracy. Po wdrożeniu w Bangladeszu, rozpoczęliśmy realizację studium wykonalności w celu oceny rozszerzenia programu o kolejne rynki i zidentyfikowaliśmy kilka krajów, które mogłyby zostać nim objęte. Na początku 2023 roku podpisaliśmy nowe Porozumienie Pakistańskie, którego pierwotny okres obowiązywania wynosi trzy lata.

— Rozpoczęliśmy śledzenie zarządzania bezpieczeństwem i higieną pracy w łańcuchu dostaw: 98% fabryk dostawców poziomu 1 posiada komisje ds. zdrowia i bezpieczeństwa.

Postęp: dialog społeczny

— Przeprowadziliśmy badanie oddziaływania relacji przemysłowych u naszych dostawców poziomu 1, stawiając sobie za cel monitorowanie dialogu w miejscu pracy i ocenę mechanizmów składania skarg przy wykorzystaniu Globalnych ram sprawozdawczości Organizacji Narodów Zjednoczonych. Naszym celem jest umożliwienie naszym dostawcom większej niezależności i zdefiniowania własnych ścieżek do większej funkcjonalności.

— Wyniki wskazały kilka ewentualnych obszarów wymagających poprawy takich jak: lepsza dokumentacja procesów, w tym skarg i wyników, lepsze informacje na temat procesów, obowiązków i zasobów, skuteczniejsze uwzględnienie pracowników w procesach dyscyplinarnych i polityce mechanizmów skargowych oraz procedury oparte na prawach człowieka. Wskażą nam one priorytety na najbliższe lata.

— W wynikach podkreślono również obszary, w których programy miały pozytywne oddziaływanie. Na przykład 95% zakładów posiada mechanizmy składania i rozpatrywania skarg i zażaleń, które zostały stworzone z udziałem przedstawicieli pracowników lub związków zawodowych. 91% zakładów stosuje dialog jako sposób na rozpatrywanie skarg i ich rozwiązywanie.

— Pomimo spadku wskaźników uzwiązkowienia na całym świecie, szczególnie w naszym sektorze, wskaźniki w naszych fabrykach pozostały stabilne. 42% fabryk naszych dostawców z poziomu 1 posiada reprezentację związków zawodowych, a 34% ma podpisane umowy zbiorowe.



Spoleczne oddziaływanie w łańcuchu dostaw naszej produkcji

— Pięć naszych¹ krajowych komitetów monitorujących (NMC) w Bangladeszu, Kambodży, Indiach, Indonezji i Turcji skupia ponad 984 000 pracowników. Spośród 34 spraw poruszonych w 2022 roku w dialogu z komitetami lub innymi interesariuszami i przeniesionych z 2021 roku, 29 zostało rozwiązanych (patrz tabela).

— Po przeprowadzeniu prowadzonej przez Krajowy Komitet Monitorujący analizy umów zbiorowych dostawców, użyliśmy narzędzia benchmarkingowego w celu porównania procesów tworzenia i zarządzania umowami zbiorowymi z międzynarodowymi standardami pracy, ochroną praw człowieka i prawem lokalnym. Wyniki pokazały, że choć większość ujętych w raporcie umów zbiorowych jest zgodna z prawem, można je ulepszyć dzięki wprowadzeniu dodatkowych programów dotyczących kwestii płci oraz mechanizmów składania skarg. Zalecenia te zostały przekazane kierownictwu fabryk i związkom zawodowym, które będą realizować ich wdrażanie. Oceny przeprowadzono w siedmiu fabrykach w Bangladeszu, Turcji i Indiach. W przyszłym roku dodamy kolejne kraje.

— Rozpoczęliśmy proces tworzenia krajowych komitetów monitorujących w Pakistanie i kontynuowaliśmy inwestycje w zwiększanie ich możliwości i zakresu działania.

— Przechodzimy w naszych działaniach od programów dialogu w miejscu pracy na bardziej całościowe strategię skupione na pozytywnych rezultatach. Wcześniej skupialiśmy się przede wszystkim na zapewnieniu demokratycznych wyborów przedstawicieli pracowników. Obecnie dostrzegamy dodatkową potrzebę zapewnienia przedstawicielom szkoleń i podnoszenia ich kwalifikacji, by mogli oni lepiej wypełniać swoją rolę po tym, jak zostali wybrani. Zamierzamy wprowadzić te działania w życie w najbliższych latach.

¹) Nie mogliśmy dalej działać w ramach naszej struktury krajowych komitetów monitorujących w Mjanmie, jednak nadal współpracowaliśmy ze związkami zawodowymi i innymi organizacjami pracowniczymi w tym kraju w celu rozwiązywania spornych spraw.

— Pracownicy są świadomi istniejących procesów rozpatrywania skarg w 98% fabryk dostawców poziomu 1, a 95% fabryk posiada mechanizmy rozpatrywania skarg stworzone w drodze dialogu społecznego między związkami zawodowymi lub strukturami przedstawicielskimi pracowników a kierownictwem.

W 75% fabryk kierownictwo poinformowało, że analizuje złożone skargi i prowadzi analizy przyczyn źródłowych zgłoszonych problemów – zapewniając, że mechanizm ten jest dla nich źródłem ciągłej nauki².

— Jako sygnatariusze porozumienia [ACT](#) wspieramy negocjacje branżowych umów zbiorowych i jesteśmy przekonani, że tworzą one lepsze warunki pracy z wyższymi płacami i lepszymi korzyściami dla wszystkich. Wspólnie rozwinęliśmy nasze działania na rzecz rozszerzenia umów zbiorowych:

– W Kambodży [Textile, Apparel, Footwear and Travel Association in Cambodia \(TAFTAC\)](#) – dawniej GMAC – i związek zawodowy [IndustriALL](#) rozpoczęły negocjacje nad umową zbiorową obejmującą elementy płacowe.

– W Turcji marki będące członkami ACT opracowały podejście ułatwiające proces negocjacji umów zbiorowych realizowany z udziałem kilku zakładów.

²) Dane liczbowe oparte są na danych wskaźnika FSLM przekazanych przez kierownictwo fabryki i nie są weryfikowane przez analizy pracowników.



Kwestie wniesione do Komitetów Krajowych w 2022 r. lub przeniesione z 2021 r.				
SPRAWA	NIEROZWIĄZANE OD 2021	WNIESIONE W 2022	ROZWIĄZANE W 2022	NIEROZWIĄZANE DO 2023
Wynagrodzenia i świadczenia oraz odprawy	6	8	14	0
Dyskryminacja i nękanie	3	0	3	0
Wolność zrzeszania się i układy zbiorowe	4	13	12	5
Godziny pracy	0	0	0	0
Praca przymusowa i współczesne niewolnictwo	0	0	0	0
Koszty ubezpieczenia społecznego	0	0	0	0
Razem	13	21	29	5

Spółeczne oddziaływanie w łańcuchu dostaw naszej produkcji

— Badanie praktyk zakupowych ACT zostało przeniesione do cyklu dwuletniego, zatem w przyszłorocznym raporcie przedstawimy aktualne informacje na temat uzyskanych przez nas wyników. W roku bieżącym anonimowe badanie wśród dostawców (prowadzone wewnętrznie przez Grupę H&M) wykazało, że 89,3% z nich uważa Grupę H&M za uczciwego partnera biznesowego.

— Podjęliśmy działania mające na celu wzmocnienie dialogu społecznego w łańcuchu dostaw:

– Dokonałiśmy przeglądu procedur obsługi spraw i procedur wymogów minimalnych – więcej w części [Zarządzanie łańcuchem dostaw](#). Współpracując z członkami krajowych komitetów monitorujących Grupy H&M, ponownie wyraziliśmy oczekiwania i wprowadziliśmy zmiany w procedurach obsługi spraw, w tym odnośnie dokumentacji i działań następczych. Wszystkie istotne dane, takie jak liczba spraw i ich rozstrzygnięcia, stanowią podstawę naszych decyzji dotyczących zarządzania ryzykiem i są uwzględniane w kwartalnych mechanizmach sprawozdawczości.

– Siedmiu pracowników wzięło udział w kursach negocjacji i mediacji prowadzonych przez Międzynarodową Organizację Pracy, a my przeprowadziliśmy pilotaż wewnętrznego programu szkoleniowego dotyczącego negocjacji, który zostanie wprowadzony na szerszą skalę.

– 66 pracowników uczestniczyło w szkoleniach mających na celu poprawę procesów obsługi spraw i doświadczeń.

Postęp: wynagrodzenia, świadczenia i ochrona socjalna

— 87% fabryk dostawców poziomu 1 stosuje cyfrowe rozwiązania płatnicze do obsługi pracowników.

— Ponad 99% płatności dla dostawców zrealizowaliśmy w terminie. Przeciętnie dostawcy otrzymują płatność w terminie około 15 dni po wystawieniu faktury i dostarczeniu towaru. Jest to częściowo wynikiem korzystnej umowy faktoringowej wynegocjowanej przez Grupę H&M w imieniu naszych dostawców. Nadal prowadziliśmy wyszczególnianie kosztów pracy dotyczących naszych zamówień, dzieląc koszty produkcji na różne bloki kosztowe, takie jak materiały, robocizna i obróbka produktu, na przykład nadruki lub pranie. Taka kalkulacja podnosi transparentność kosztów pracy i pozwala na odzwierciedlenie lepszych płac w cenach, jakie płacimy naszym dostawcom. Ponad 99% zamówień na odzież jest realizowanych w ten sposób¹.

— Kontynuowaliśmy zapisywanie dostawców do programu wspierającego wdrażanie zakładowych systemów zarządzania płacami, koncentrując się na zwiększaniu jego funkcjonalności. W 2022 roku do programu poprawy poziomu płac przystąpiło 41 dodatkowych fabryk, a 42 jednostki wprowadziły siatkę płac.

1) Aby móc wydzielić bloki kosztowe, opieramy się na informacjach uzyskiwanych od naszych dostawców. Wcześniej informowaliśmy o procencie złożonych zamówień korzystając z narzędzia do kosztorysowania działającego w oparciu o fakty – pomogło nam ono weryfikować koszty i wyodrębnić koszty pracy. Chociaż jest to jeden ze sposobów pomiaru, zrozumieliśmy, że musimy sprawdzić także inne metody, aby mieć pełny obraz. Będziemy kontynuować prace na rzecz dalszej poprawy obserwacji wyodrębniania kosztów pracy, współpracując w tym zakresie z odpowiednimi interesariuszami.

Średnie miesięczne wynagrodzenia (bez nadgodzin) w fabrykach dostawców Grupy H&M w porównaniu z obowiązującymi płacami minimalnymi na kluczowych rynkach produkcyjnych^{2,3,4}

KRAJ	WALUTA	DOCHODY MINIMALNE 2021	ŚREDNIE WYNAGRODZENIE BRUTTO 2021	RÓŻNICA MIĘDZY ŚREDNIM A MINIMALNYM WYNAGRODZENIEM 2021	DOCHODY MINIMALNE 2022	ŚREDNIE WYNAGRODZENIE BRUTTO 2022	RÓŻNICA MIĘDZY ŚREDNIM A MINIMALNYM WYNAGRODZENIEM 2022
Bangladesz	USD	94	133	+42%	90	134	+50%
	BDT	7 966	11 311		8 098	12 106	
Kambodża	USD	209	278	+33%	211	293	+39%
	KHR	854448	1137578		860324	1193535	
Chiny kontynentalne	USD	281	564	+101%	298	574	+93%
	CNY	1 812	3636		1977	3823	
Indie	USD	120	141	+18%	120	148	+23%
	INR	8 842	10404		9356	11 499	
Indonezja	USD	189	198	+5%	184	220	+19%
	IDR	2699846	2838075		2703375	3223853	
Mjanma	USD	92	124	+34%	79	116	+46%
	MMK	147570	198182		148537	217103	
Pakistan	USD	114	139	+22%	110	134	+21%
	PKR	18 685	22 820		22278	26951	
Turcja	USD	408	536	+31%	352	436	+24%
	TRY	3 650	4 780		5 666	7 012	
Wietnam	USD	152	323	+112%	156	338	+117%
	Dong	3483539	7399035		3605337	7818340	

2) dane za rok 2022 obejmują aktywnych i zatwierdzonych dostawców na potrzeby produkcji (poziomu 1) dla wszystkich typów produktów handlowych oraz okres od 1 stycznia do 30 września 2022 r. Dane za rok 2021 obejmują okres od 1 stycznia do 31 grudnia 2021 r. Ponieważ baza naszych dostawców zmienia się w czasie, dane dotyczące średnich wynagrodzeń nie są prezentowane w formie analizy umożliwiającej porównanie (like-for-like). Wszystkie dane dotyczące średnich wynagrodzeń odzwierciedlają średnie ważone, uwzględniające wielkość każdej fabryki i liczbę pracowników. Dane dotyczące płacy minimalnej odzwierciedlają również średnie ważone, uwzględniające wszelkie różnice w zmianach płacy minimalnej w ciągu roku oraz pomiędzy regionami lub państwami.

3) Przeliczenie walut na przełomie miesiąca z tabel operacyjnych kursów wymiany walut ONZ na podstawie średniej ważonej miesięcznego wyniku za rok 2022.

4) Rzeczywiste zmiany w danych dotyczących wynagrodzeń mogą być nieprecyzyjne ze względu na wahania kursów wymiany walut. Dlatego w roku bieżącym publikujemy dane o wynagrodzeniach zarówno w przeliczeniu na USD, jak i w lokalnej walucie, w której są wypłacane. Zwiększa to precyzję danych i umożliwia lepsze porównanie wynagrodzeń na różnych rynkach.

Spoleczne oddziaływanie w łańcuchu dostaw naszej produkcji

— W odpowiedzi na ubiegłoroczną, współrealizowaną przez ACT, samoocenę dotyczącą praktyk zakupowych, wdrożyliśmy pierwsze z pięciu szkoleń z zakresu praktyk zakupowych dla pracowników działów zakupów i planowania we wszystkich naszych markach. 498 pracowników na odpowiednich stanowiskach¹ ukończyło moduł szkoleniowy 1, który obejmuje rolę i zobowiązania Grupy H&M jako członka ACT, a także nasze obowiązki w zakresie poprawy warunków pracy w całym łańcuchu dostaw. Do wdrożenia przygotowywane są cztery kolejne moduły, które skupiają się na relacjach z dostawcami w większym stopniu – na przykład na kalkulacji kosztów i planowaniu oraz na warunkach płatności.

— Opracowaliśmy udoskonalone podejście do rozwiązywania relacji z dostawcami, stosując się do wytycznych zawartych w ACT Responsible Exit Policy tak, by do minimum ograniczać negatywne skutki rozwiązania umowy. Polityka ta przedstawia wytyczne na temat zalecanych działań, takich jak przeprowadzenie oceny wpływu na pracowników, stworzenie planu wyjścia w ścisłym dialogu z dostawcą oraz informowanie o planach wszystkich interesariuszy, w szczególności związków zawodowych lub innych organizacji pracowniczych. Monitorujemy cały proces, informujemy o jego rozwoju i o jego skutkach, co może trwać do 18 miesięcy.

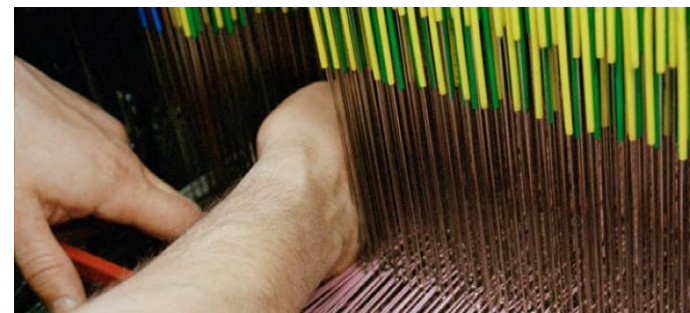
— Zaktualizowaliśmy Indeks Zrównoważonego Rozwoju dla dostawców o nowy wskaźnik KPI dotyczący płac, bezpośrednio łączący wyniki dostawców w zakresie wynagrodzenia pracowników z przyszłymi możliwościami współpracy biznesowej z nami.

— Wyższa Szkoła Handlowa w Sztokholmie oraz firma Ernst & Young zrealizowały dwa oddzielne badania dotyczące kształtowania się płac w Indiach, zamówione przez Grupę H&M. Wykazały one, że lokalne środowisko legislacyjne i biznesowe nie sprzyja podnoszeniu płacy minimalnej i zaleciły Grupie H&M współpracę z interesariuszami w celu zbadania nowych platform współpracy i ścieżek ułatwiających poprawę wynagrodzenia.

— W ramach ciągłych starań o zwiększenie transparentności, w naszych szczegółowych danych dotyczących wynagrodzeń uwzględniliśmy dwa kraje – Pakistan i Wietnam – jak również dalej zbieramy i prezentujemy coroczne dane dotyczące wynagrodzeń i reprezentacji pracowników w niniejszym raporcie i na naszej stronie internetowej.

— Współpracowaliśmy z ekspertem ds. wynagrodzeń, prof. Raymondem Robertsonem, w celu aktualizacji i optymalizacji naszego badania płac dostawców² oraz po to, by uzyskać lepsze zrozumienie poziomu umiejętności i wynagrodzenia wszystkich pracowników. Rozszerzyliśmy zakres badania o dostawców z Pakistanu, Wietnamu, Kambodży oraz z Europy, obejmując nim ponad 1300 jednostek produkcyjnych. Wstępne ustalenia wskazują na statystycznie istotne różnice w wynagrodzeniach kobiet i mężczyzn w większości krajów, w których prowadzimy produkcję. Wydaje się, że jest to spowodowane przede wszystkim różnicami w umiejętnościach pomiędzy płciami, ponieważ mężczyźni są zazwyczaj lepiej wykwalifikowani i w związku z tym otrzymują wyższe wynagrodzenie. Wyniki badania posłużą nam do opracowania strategii mającej na celu rozwiązanie problemu różnic w wynagrodzeniach kobiet i mężczyzn w łańcuchu dostaw.

²⁾ Badanie jest prowadzone niezależnie od naszej regularnej kwartalnej oceny płac.



— Władze Bangladeszu uruchomiły projekt pilotażowy, który ma zapewnić pracownikom sektora odzieżowego i ich rodzinom dochód w przypadku trwałej niepełnosprawności lub śmierci związanej z wypadkami przy pracy lub chorobami. Współpracowaliśmy z Międzynarodową Organizacją Pracy i niemiecką organizacją GIZ w zakresie opracowania programu obrażeń pracowniczych i jesteśmy jedną z siedmiu marek, które zobowiązały się do jego finansowania przez okres do pięciu lat. Będziemy nadal zachęcać inne podmioty z branży do przyłączenia się do programu i monitorujemy rozwój odpowiedniego ustawodawstwa, aby zapewnić, że promuje ono godne warunki pracy i prawa.

Wnioski

— Zamierzamy dalej wykorzystywać gromadzone dane w celu oceny funkcjonalności i oddziaływania systemu zarządzania płacami i programu dialogu w miejscu pracy, a nie tylko samego ich istnienia. Takie podejście będzie wymagało wsparcia i zaangażowania całej branży.

Spojrzenie w przyszłość

— Skoncentrujemy nasze działania na poprawie funkcjonalności krajowych komitetów monitorujących w ramach Globalnego Porozumienia Ramowego ze związkami zawodowymi IndustriALL oraz IF Metall.

Zatrudniliśmy firmę zewnętrzną w celu przeprowadzenia oceny naszych krajowych komitetów monitorujących przy wykorzystaniu narzędzia do oceny opracowanego wspólnie przez wszystkie strony Porozumienia, a wyniki analizy wykorzystamy do wzmocnienia dialogu w miejscu pracy i rozpatrywania zgłaszanych spraw. Wsparciem będą tu przez bieżące przeglądy coroczne i wprowadzane udoskonalenia.

— Aby zachęcić do samodzielnego uczenia się, stworzyliśmy platformę informacyjną z zasobami takimi jak e-moduły, filmy i studia przypadków na takie tematy, jak kwestia płac, różnice w wynagrodzeniach kobiet i mężczyzn, przemoc ze względu na płeć i nasze sposoby pracy. Ta ogólnodostępna platforma umożliwi nam promowanie wyznawanych przez nas wartości wśród trudniej dostępnych odbiorców z bazy naszych dostawców.

— Pracownicy z łańcucha dostaw mają do odegrania istotną rolę w procesie przechodzenia naszej firmy z gospodarki linearnej na cyrkularną. Pracując nad planem zapewnienia całościowego i cyrkularnego w swej istocie oddziaływania na środowisko i społeczeństwo, uwzględnimy priorytety wyłaniające się z przeprowadzonych dotychczas badań.

Dane szczegółowe dotyczące wynagrodzeń i pracowników na rok 2022¹

W 2022 roku kontynuowaliśmy monitorowanie wynagrodzeń wypłacanych pracownikom przez fabryki naszych dostawców. W tej części prezentujemy dane za pierwsze dziewięć miesięcy roku kalendarzowego.

Zobowiązujemy się do pełnego egzekwowania ustawowych płac minimalnych oraz poziomów płac uzgodnionych w drodze umów zbiorowych przy jednoczesnym wspieraniu wzrostu płac. Obok danych dotyczących średnich płac, prezentujemy dostępne dane dotyczące stanu zatrudnienia w fabrykach dostawców za pierwsze dziewięć miesięcy roku.

Udostępniamy dane za dziewięć miesięcy, a nie za pełny rok, ponieważ zbieramy dane bezpośrednio od dostawców, a w chwili składania niniejszego opracowania, najnowsze dane są jeszcze weryfikowane. W roku bieżącym do szczegółowego ujęcia danych dotyczących płac i pracowników dodaliśmy Pakistan i Wietnam.

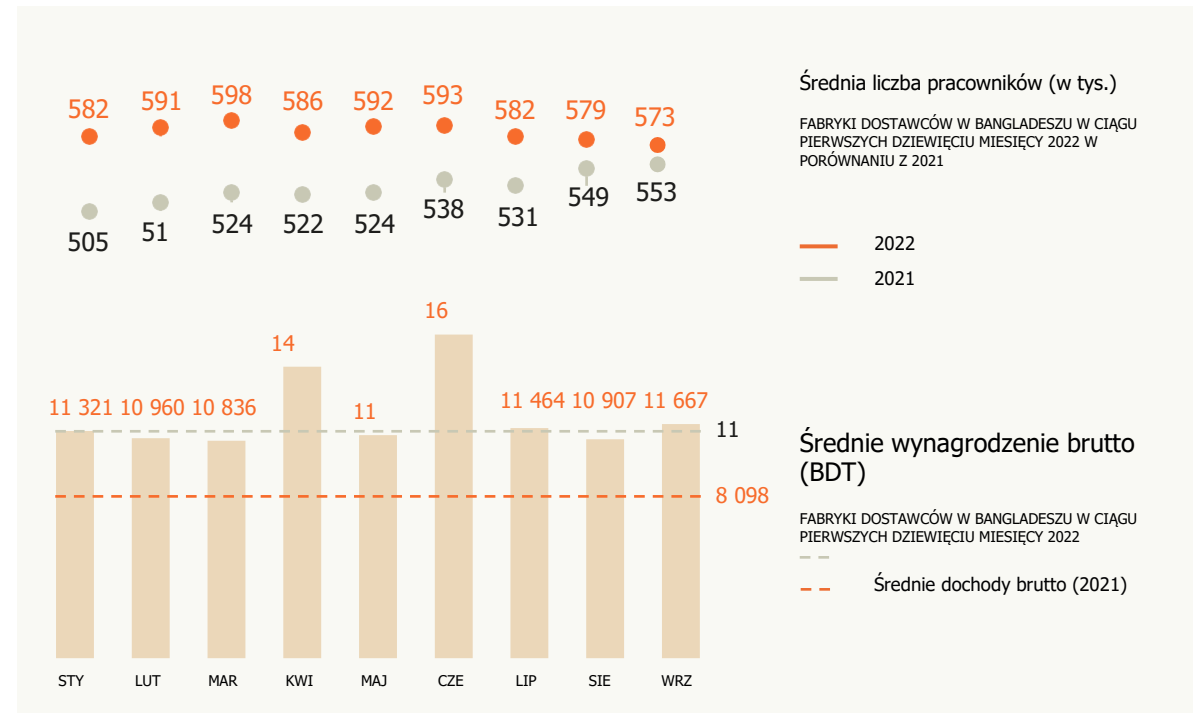
1) Dane dotyczące pracowników obejmują pracowników fabryk produkcyjnych (poziom 1) dla wszystkich typów produktów komercyjnych, które udostępniły Grupie H&M kompletne dane dotyczące pracowników za równoważne miesiące w latach 2022 i 2021.



Bangladesz

W porównaniu z rokiem 2021, średnie płace w Bangladeszu rosły, z niewielkimi wahaniami, przez pierwsze dziewięć miesięcy roku. Najwyższe wartości wystąpiły w kwietniu i czerwcu, co było związane z premiami przyznawanymi w związku ze świętami narodowymi i uwzględnionymi w płatnościach za te miesiące. W 2021 roku premie zostały uwzględnione w maju i lipcu.

W pierwszej połowie roku wzrosła liczba pracowników dostawców poziomu 1, ponieważ rynki powróciły do poziomu sprzed kryzysu. W trzecim kwartale nastąpił niewielki spadek wolumenu produkcji, ponieważ przemysł odzieżowy w Bangladeszu odczuwał wpływ globalnej niestabilności gospodarczej. W związku z tym zatrudnienie u dostawców nieznacznie spadło z powodu mniejszego zapotrzebowania na pracę.

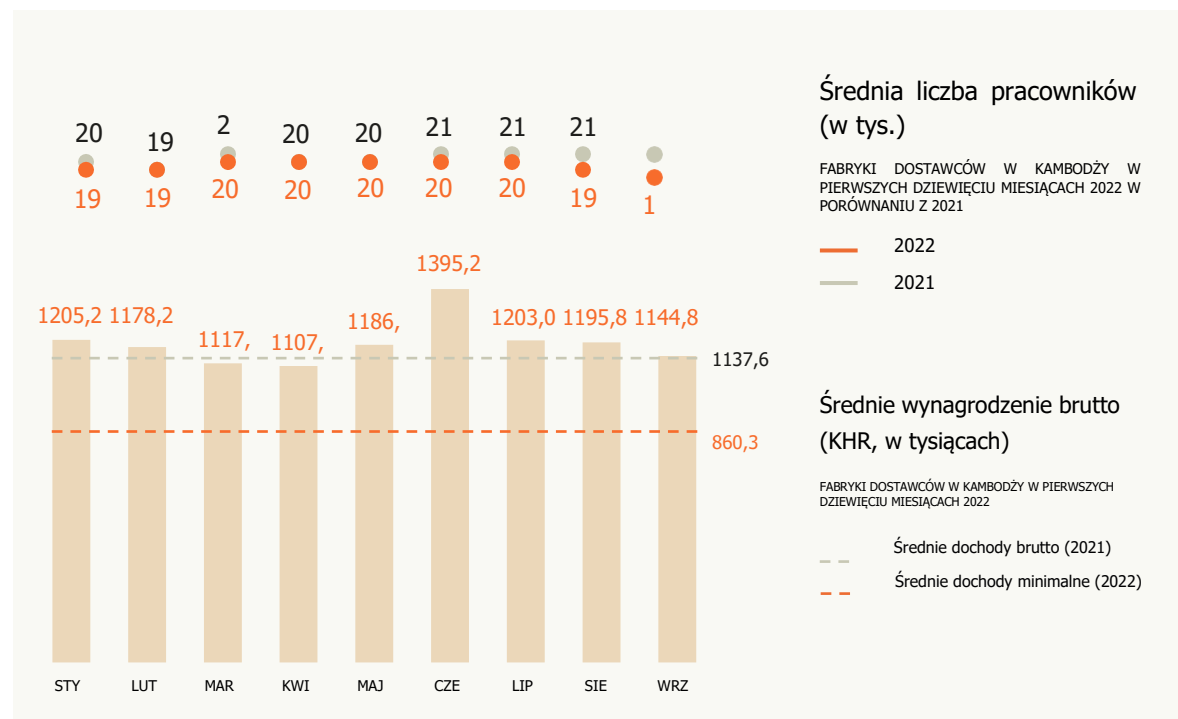


Kambodża

Działania dostawców w Kambodży odradzały się po pandemii Covid-19 i odnotowały wzrost średniego wynagrodzenia brutto w pierwszych dziewięciu miesiącach 2022 roku w porównaniu z tym samym okresem w 2021 roku. Nie wystąpiło żadne zawieszenie produkcji związane z pandemią Covid, w związku z czym poziom płac i godziny produkcji pozostały na niezmiennym poziomie. Ustawowa płaca minimalna w Kambodży została podniesiona przez władze 1 stycznia 2022 roku.

Wynagrodzenie wzrosło w czerwcu z powodu otrzymania przez uprawnionych pracowników wypłaty wynagrodzenia za półroczny staż pracy.

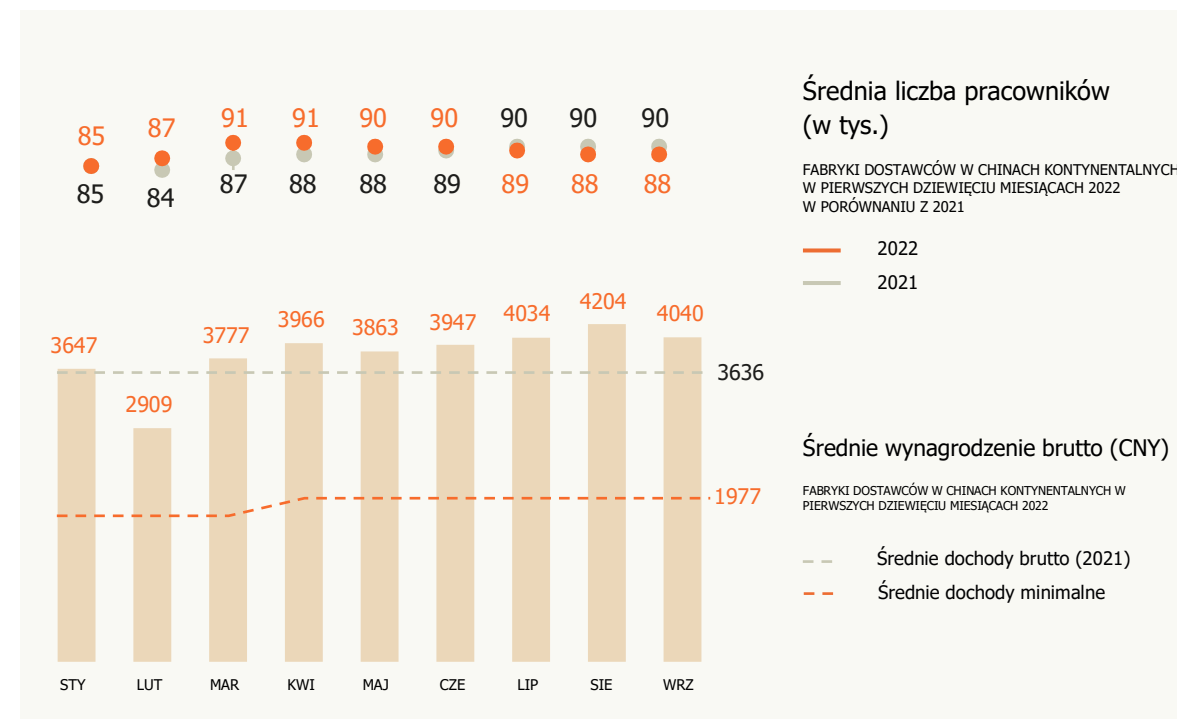
Liczba pracowników dostawców poziomu 1 odzyskała poziom z 2021 roku i w pierwszych sześciu miesiącach 2022 roku była na równi z rokiem poprzednim. W trzecim kwartale nastąpił jednak umiarkowany spadek liczby pracowników, ponieważ popyt na produkty dostosował się do inflacji i niepokojów geopolitycznych, co zaczęli odczuwać dostawcy.



Chiny kontynentalne

W 2022 r. średnia płaca brutto w Chinach kontynentalnych wykazywała trend wzrostowy z wyjątkiem spadku liczby przepracowanych godzin i wynagrodzeń w lutym w związku ze Świętem Chińskiego Nowego Roku, co było zgodne z poprzednimi latami. Pomimo społecznych i ekonomicznych skutków spowodowanych przez pandemię Covid-19 częściowych lockdownów, w części roku płace brutto były minimalnie wyższe niż w 2021 r.

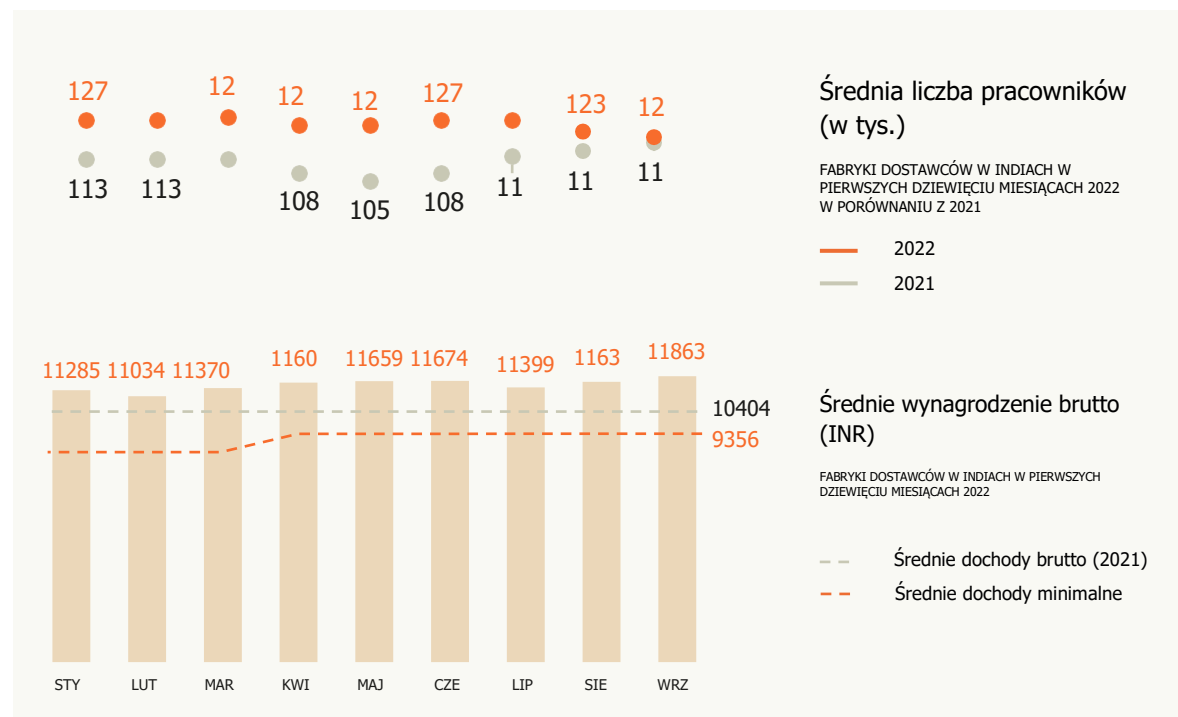
Podobnie liczba pracowników u dostawców poziomu 1 w Chinach kontynentalnych wykazywała w tym okresie stały wzrost. Ogólna liczba pracowników była wyższa w porównaniu z 2021 r., przy czym całkowity poziom zatrudnienia wykazywał wahania w zależności od struktury działalności gospodarczej.



Indie

W Indiach nastąpiła poprawa sytuacji po pandemii Covid-19, średnie miesięczne wynagrodzenia były wyższe niż w analogicznym okresie w 2021 roku. W okresie od końca marca do połowy maja w 2021 roku wystąpiły zakłócenia związane z pandemią Covid-19, natomiast w ciągu pierwszych dziewięciu miesięcy 2022 roku dostawcy odnotowywali stałą, wyższy poziom przepracowanych godzin i wynagrodzeń. Dodatkowo w 2022 roku władze Indii dokonały podwyżki krajowej płacy minimalnej średnio o 5%.

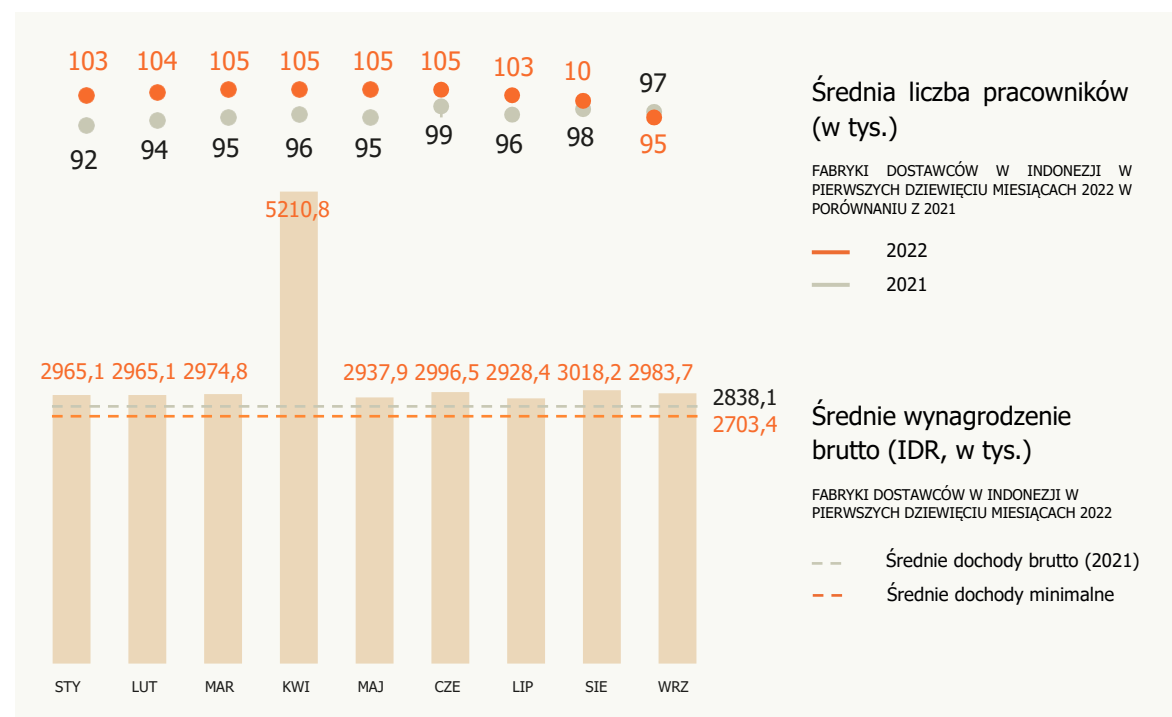
Poprawa warunków przyczyniła się również do zwiększenia poziomu zatrudnienia. Liczba pracowników (na którą wpływ miała pandemia) u dostawców poziomu 1 pozostała stabilna w ciągu pierwszych dziewięciu miesięcy 2022 roku po ożywieniu z początku roku. Ponowne zatrudnienie zostało dodatkowo wsparte decyzją władz centralnych Indii o rozszerzeniu wsparcia finansowego w celu utworzenia nowego, formalnego zatrudnienia dla osób, które straciły pracę podczas pandemii Covid-19.



Indonezja

Płaca minimalna w Indonezji wzrosła o 1,09% od 1 stycznia 2022 roku, przy czym płace w dystryktach i miastach są obliczane za pomocą formuł opartych na zmianie krajowej. Średnia płaca wśród dostawców wzrosła nieznacznie w porównaniu z rokiem 2021. W kwietniu odnotowano znaczny szczyt wynagrodzeń pracowników ze względu na obowiązkową wypłatę premii z okazji święta Eid.

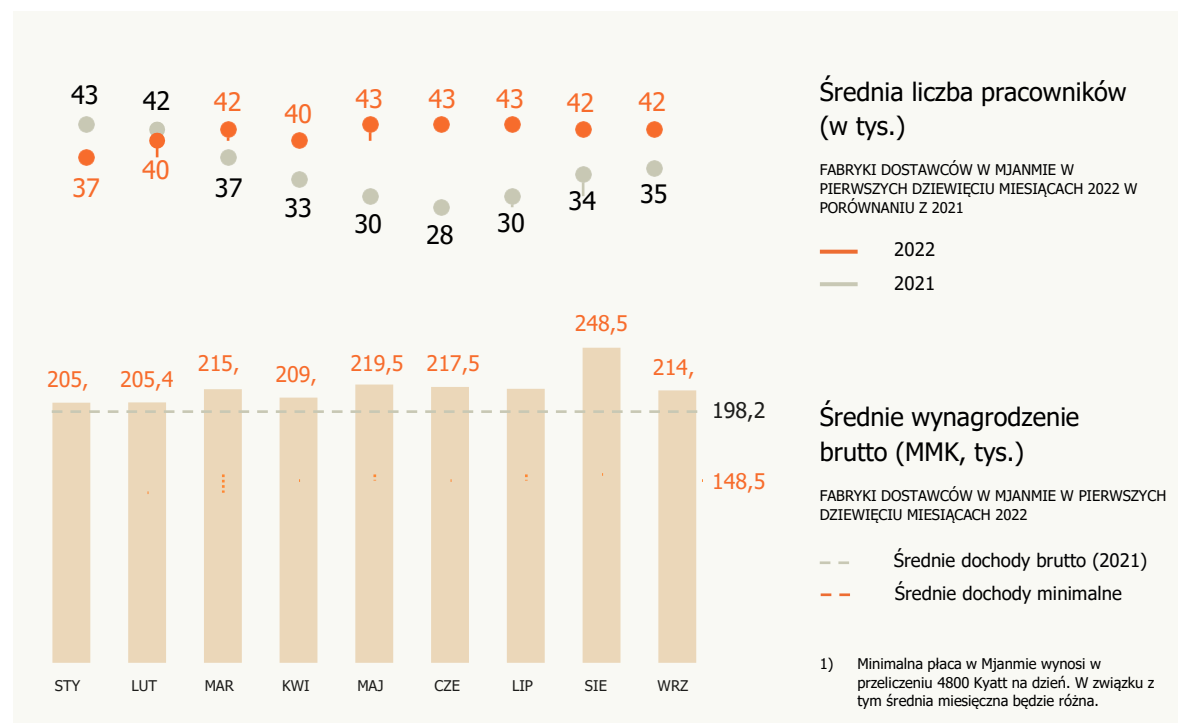
W porównaniu z rokiem 2021, w okresie objętym sprawozdaniem znacznie wzrosła przeciętna liczba pracowników. W ostatnich dwóch miesiącach nastąpił jednak niewielki spadek zatrudnienia, co było spowodowane mniejszym zapotrzebowaniem w branży i spowolnieniem rekrutacji pracowników.



Mjanma

Produkcja w Mjanmie w 2022 r. była pod niewielkim wpływem pandemii Covid-19, wskutek czego wystąpiła poprawa poziomu wynagrodzeń i wydłużenie czasu produkcji. Liczba pracowników dostawców poziomu 1 wzrosła w porównaniu z poprzednim rokiem, a całkowita liczba pracowników znacznie przekroczyła poziom z 2021 roku.

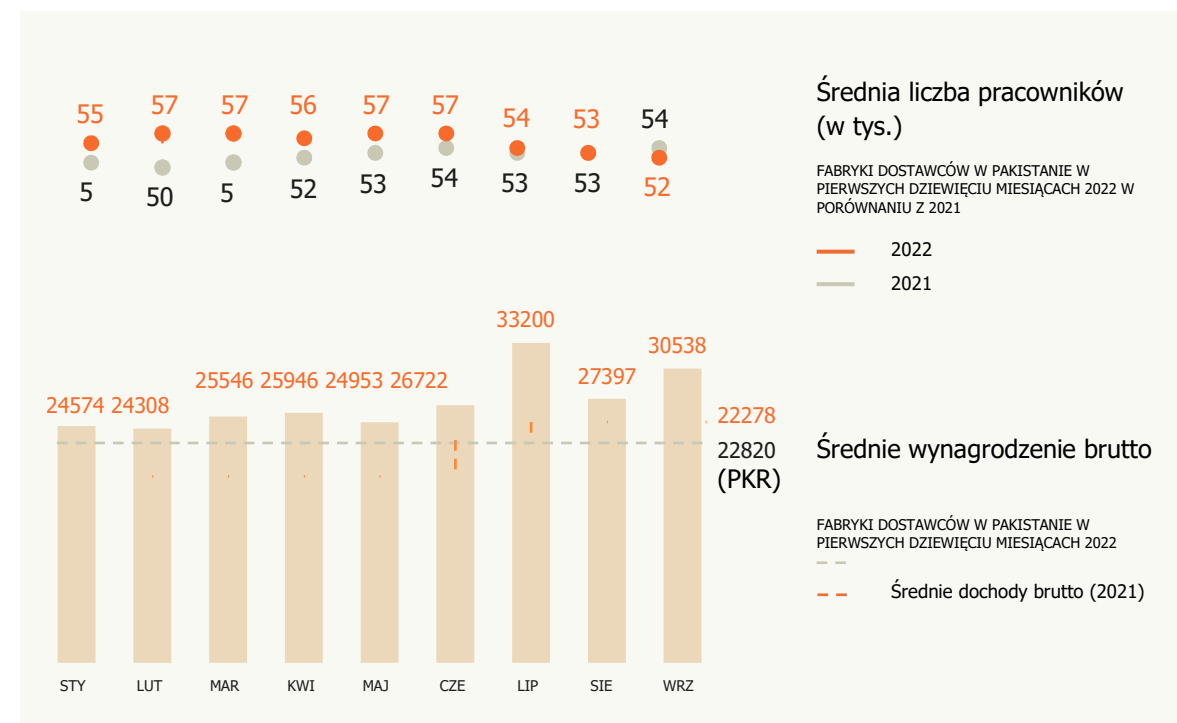
W maju 2022 roku wprowadzono kontrolę kursów wymiany walut, ale utrata wartości waluty oraz inflacja pozostają głównymi wyzwaniami dla gospodarki kraju – nie pozostaje to bez wpływu na przedsiębiorstwa i pracowników w tym kraju. Płaca minimalna nie była waloryzowana od 2018 roku.



Pakistan

W ciągu pierwszych dziewięciu miesięcy 2022 roku średnie płace brutto rok do roku wzrosły, ponieważ branża odbiła po pandemii Covid-19. Wzrost ten był najbardziej znaczący po zmianie ustawowej płacy minimalnej w całym kraju, która została podniesiona do 25000 PKR. Niewielki spadek średnich wynagrodzeń odnotowano w maju w związku z obchodami święta Eid i pracami żniwnymi, które obniżyły frekwencję pracowników i produkcję (tendencja występująca co roku).

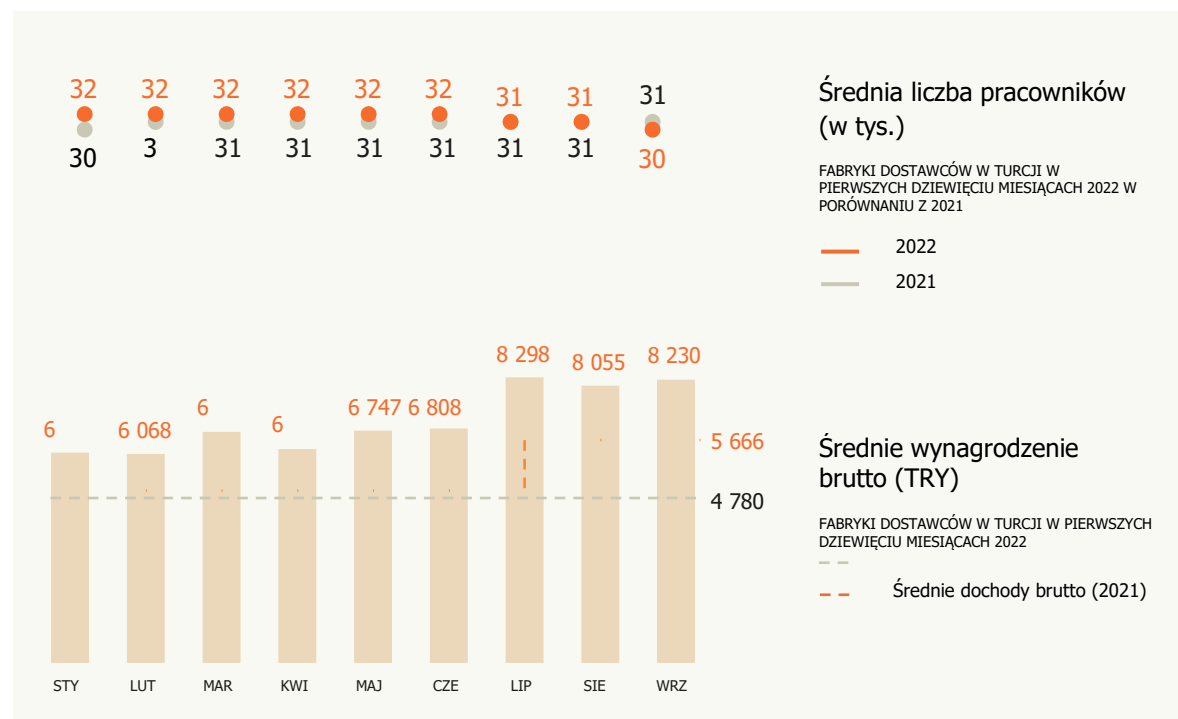
Można odnotować ogólny wzrost ogólnej liczby pracowników w tym okresie w 2022 roku w porównaniu z rokiem 2021 z niewielkimi wahaniami w skali miesiąca. Tendencja do obniżania się liczby pracowników w trzecim kwartale była spowodowana głównie tym, że dostawcy odnotowali spadek popytu, który nastąpił po globalnym spowolnieniu gospodarczym.



Turcja

W 2022 roku Turcja przeżyła trudny okres gospodarczy – inflacja około 80%, obniżone kursy walut, sektor eksportowy mocno dotknięty atakiem Rosji na Ukrainę. Ze względu na dewaluację liry, rząd turecki zdecydował się na dwukrotne podniesienie ustawowej płacy minimalnej w ciągu roku – o 40% w styczniu 2022 roku (nie widać tego na wykresie) oraz o dodatkowe 29,3% w lipcu. Miało to bezpośredni wpływ na tendencje płacowe w kraju.

Pomimo wyzwań gospodarczych, w okresie sprawozdawczym poziom zatrudnienia utrzymywał się na poziomie sprzed pandemii, przy czym średnia była znacznie wyższa niż w 2021 roku. W związku z obecnymi perspektywami gospodarczymi, w trzecim kwartale można jednak zaobserwować tendencję do redukcji liczby pracowników.

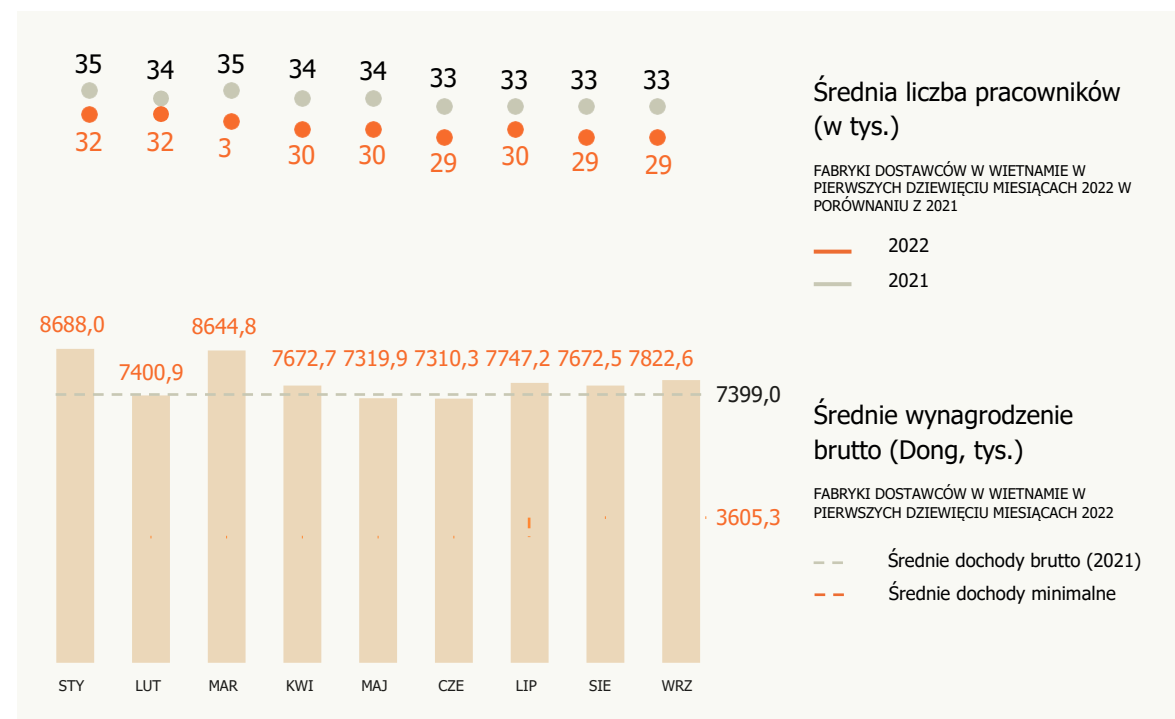


Wietnam

Wietnam odnotował podobny poziom średnich wynagrodzeń rok do roku wśród dostawców w ciągu dziewięciu miesięcy objętych raportem, przy czym były one nieco wyższe w 2022 roku. Nie nastąpił nawrót pandemii Covid-19 i związanych z nią lockdownów, które dotknęły branżę w poprzednich latach. Poziom wynagrodzenia w czerwcu i lipcu 2021 r. był zawyżony przez środki pomocowe związane z pandemią Covid-19, wypłacane w celu utrzymania działalności biznesowej podczas lockdownu – zostały one później wstrzymane, a wynagrodzenia wróciły w rezultacie do normalnego poziomu. Ustawowa płaca minimalna obejmująca cztery regionalne płace minimalne regulowane przez rząd wzrosła o około 6% w lipcu 2022 roku.

Wzrost ten był zróżnicowany w zależności od kosztów utrzymania w poszczególnych regionach. W lutym nastąpił niewielki spadek wynagrodzeń w wyniku obchodów święta Tet, co spowodowało zmniejszenie frekwencji pracowników (tendencja obserwowana co roku).

W ciągu roku odnotowano tendencję spadkową liczby pracowników. Wynikało to głównie z faktu, że zakłady stanęły w obliczu wyzwań związanych z poziomem zatrudnienia działając na rzecz złagodzenia zmian pracowników z powodu poważnego ich niedoboru na wietnamskim rynku pracy.



Inkluzywność i różnorodność

Rosnące dysproporcje na całym świecie są wciąż powodem nierówności w dostępie do szans i możliwości. Zajmujemy się tym problemem działając aktywnie na rzecz poszerzenia inkluzywności i różnorodności (I&D) w kulturze naszej firmy, w naszych działaniach i społecznościach. Staramy się wykorzystać różnorodność jako siłę napędową rozwoju działalności biznesowej, a także jako czynnik wspierający prawa człowieka i sprawiedliwe traktowanie w całym łańcuchu wartości. Chcemy, aby do 2025 roku nasze miejsca pracy charakteryzowała większa inkluzywność i różnorodność, którą moglibyśmy wykorzystać do osiągnięcia dalszych sukcesów, ale też chcemy wykorzystywać naszą działalność do wspierania inkluzywności w społeczeństwach.

Nasza strategia skupia się na następujących czynnikach:

— **Wewnętrzna różnorodność i równość:**

Określanie i wdrażanie najlepszych praktyk – takich jak ramowe zasady, szkolenia, oceny i inicjatywy dotyczące inkluzywności, różnorodności, równości i sprawiedliwości – w celu pielęgnowania różnorodności i rozwijania kultury inkluzywnej.

— **Promowanie różnorodności i równości:**

Wspieranie sprawiedliwych i równych społeczeństw poprzez angażowanie się w sprawy innych, głośne mówienie o naszej pracy i zdobytej wiedzy oraz demonstrowanie wartości, w które wierzymy, poprzez produkty i komunikację.

— **Inkluzywność:** Wspieranie otwartych, bezpiecznych i tolerancyjnych społeczeństw poprzez pomoc dla słabszych grup społecznych i promowanie równości szans.

— **Inkluzywność i różnorodność w łańcuchu**

dostaw: Wspieranie i zachęcanie naszych dostawców do przyjmowania odpowiedzialności za postępy w zakresie równości płci oraz innych kwestii związanych z inkluzywnością i różnorodnością.

— **Transparentność:** Szerokie udostępnianie naszych celów, strategii i postępów oraz odpowiedzialność za prowadzone przez nas działania i ich oddziaływanie.

Szczegóły dotyczące przyjętych przez nas zobowiązań można znaleźć w naszej [Polityce Praw Człowieka Grupy H&M](#), [Zobowiązaniu do zrównoważonego rozwoju](#) oraz [Globalnej Polityce Społecznej](#).

Postęp: wewnętrzna różnorodność i równość

— Nasze nowe globalne narzędzie I&D Insights Dashboard śledzi kluczowe wskaźniki, które pomagają nam w określaniu odpowiednich działań i wyznaczaniu pomniejszych celów w zakresie monitorowania postępów. Lokalne inicjatywy mogą obejmować wskaźniki szkoleń, oceny wynagrodzeń z uwzględnieniem płci, procesy pozyskiwania talentów i poszerzenie sprawiedliwej reprezentacji pracowników z uwzględnieniem płci, wieku i pochodzenia etnicznego lub narodowości.

— Nasi pracownicy reprezentują 174 narodowości, a liderzy zarządzający ludźmi 96¹.

— Nasi pracownicy reprezentują kilka pokoleń: Pokolenie Z: 25,7%; Milenials: 61,2%; Pokolenie X: 11,4%; oraz Baby Boomers: 1,7%¹.

— Proporcja mężczyzn do kobiet wynosi 25%:75%. Uznajemy, że płeć nie jest binarna i że jej wymiar wykracza poza tożsamość męską i żeńską. Badamy, w jaki sposób możemy dostosować nasze systemy tak, by były bardziej przyjazne dla wszystkich płci, a jednocześnie zgodne z lokalnymi przepisami i regulacjami. Będziemy na bieżąco przekazywać dane, którymi będziemy dysponować.

— Nasza Rada Grup Koleżeńskich (będąca ewolucją Forum Koleżeńskiego) jest nową platformą grupy, która zapewnia ramy dla zaangażowania w kwestie inkluzywności i różnorodności. Naszym celem jest rozwój wewnętrznego dialogu na temat inkluzywności i różnorodności z udziałem grup prowadzonych przez pracowników oraz koncentracja na poszerzonej współpracy i współdziałaniu zmierzającym do wspierania różnicowanych i inkluzywnych miejsc pracy. W 2022 roku Rada określiła swoje krótko- i długoterminowe plany i odbyła dwa spotkania.

— Nadal prowadzimy program LEAD (Learn, Educate, Accelerate, Develop) w USA, aby pomóc kierownikom sklepów pochodzącym z historycznie niedoreprezentowanych populacji w dostępie do stanowisk kierowniczych. Inicjatywa obejmuje mentoring, szkolenie z zakresu przywództwa i tworzenie sieci rówieśniczych. W 2022 roku w programie uczestniczyło 27 pracowników, w porównaniu do 20 w 2021 roku.

— W 2022 roku 75% stanowisk kierowniczych zajmowały kobiety (2021: 71%), a w naszym zarządzie proporcja wynosiła 55% do 45% (kobiety : mężczyźni),² tak samo jak w 2021 roku.



1) Nie obejmuje pracowników w Niemczech. Pokolenie Z odnosi się do osób urodzonych w latach 1997-2015, Milenials 1981-1996, pokolenie X 1965-1980, Baby Boomers 1946-1964.

2) Obejmuje dyrektorów wybieranych przez Walne Zgromadzenie oraz przedstawicieli pracowników. Nie obejmuje zastępców przedstawicieli pracowników.

Inkluzywność i różnorodność

– W USA prosimy naszych pracowników o dobrowolne i anonimowe informacje na temat preferencji dotyczących własnej identyfikacji. Celem jest wspieranie kultury inkluzywności, zwiększanie świadomości i sojusznictwa, uwalnianie różnorodnych perspektyw oraz pomiary i śledzenie osiąganych przez nas postępów w realizacji celów dotyczących inkluzywności i różnorodności. W corocznej ankiecie pracowników Grupy H&M People Engagement Pulses, 84% respondentów zgodziło się ze stwierdzeniem

„Jestem traktowany z szacunkiem i godnością” (83 proc. w 2021 roku), a 76 proc. zgodziło się ze stwierdzeniem „Różnorodne perspektywy są cenione w Grupie H&M” (74 proc. w 2021 roku).

– Stworzyliśmy ramy, dzięki którym szkolenia z zakresu integracji i różnorodności są włączane do szerszej oferty edukacyjnej i rozwojowej. Kompleksowe programy są dostosowane do indywidualnych ról pracowników i obejmują tematy takie jak nieświadome uprzedzenia i świadome reprezentacje kulturowe.

W roku bieżącym uruchomiliśmy Beyond the Binaries – projekt edukacyjny dotyczący historii i praw osób LGBTQIA+ – i prowadzimy ocenę potrzeb w zakresie dodatkowych szkoleń dla liderów.

Postęp: promowanie różnorodności i równości

– Stała współpraca z [Unstereotype Alliance](#) (UA) prowadzona w celu rozwiązania problemu stereotypów w marketingu poprzez odpowiednie szkolenia i oceny. Wewnętrzna grupa robocza umożliwia pracownikom wszystkich naszych marek wymianę poglądów na temat wyzwań i udział w kursie mistrzowskim UA dotyczącym różnorodności perspektyw.

– Pracownicy w USA mogą wystąpić o wsparcie finansowe z naszego wewnętrznego funduszu One Team Fund w sytuacji, gdy mają do czynienia z kłêskami żywiołowymi lub osobistymi trudnościami, takimi jak dostęp do aborcji w innym stanie. Nadal monitorujemy dostęp do bezpiecznej aborcji w kraju i regularnie oceniamy potrzebę podjęcia dodatkowych działań w tym zakresie.

– Dołączyliśmy do inicjatywy [Global Parity Alliance](#) Światowego Forum Ekonomicznego (WEF), aby przyczynić się do przyspieszenia postępu w zakresie różnorodności, inkluzywności i równości poprzez podkreślanie i rozpowszechnianie najlepszych praktyk.

– Utrzymaliśmy nasze zaangażowanie w programie Alliance on Racial Justice WEF. W 2022 roku w ramach tej inicjatywy zakończono prace nad narzędziem samooceny sprawiedliwości rasowej, które umożliwi organizacjom identyfikację luk w działaniach.

– Na niektórych rynkach dostrzegamy rosnące ograniczenia praw człowieka, w szczególności praw osób LGBTQIA+ i kobiet. Monitorujemy i identyfikujemy potencjalne możliwości generowania sprawiedliwszych wyników na poziomie lokalnym.

– Nasze marki nadal promowały różnorodność i równość. Marka H&M HOME współpracowała z programem [Special Needs Empowerment Hub](#) (SNEH), którego celem jest umożliwienie kobietom w Indiach zdobycia własnego dochodu poprzez naukę rzemiosła. Od 2021 roku marka Monki współpracuje z fundacją [Body Dismorphic Disorder Foundation](#) (BDDF) na rzecz podnoszenia świadomości i [większej przejrzystości w zakresie zmienionych obrazów w mediach społecznościowych](#).

– Nasza nowa marka, H&M Move, działa na rzecz popularyzacji ruchu i usuwania barier w uprawianiu sportu przez ludzi o dowolnej budowie ciała.

– Nasze marki uczestniczyły również w obchodach różnorodnych uroczystości związanych z LGBTQIA+. Marka Monki współpracowała z [Polyester Zine](#) podczas drugiej edycji [Queer Creative Fund](#). Marka & Other Stories zaprosiła pięciu lokalnych artystów LGBTQIA+ do zaprezentowania swoich prac w pięciu sklepach i przekazała darowiznę na kampanię ONZ Human Rights „Free & Equal” wzywającą do równego traktowania członków społeczności LGBTQIA+. Marka Weekday gościła queerowy magazyn o sztuce [Wystawa #VisibleLove](#) magazynu [Container Love](#) w wybranych sklepach w całej Europie.

– Zaczęliśmy badanie nowych sposobów lepszego zaspakajania potrzeb naszych niebinarnych klientów i poprawy wrażeń związanych z wizytą w naszym sklepie.

Szkolenie z zakresu inkluzywności i różnorodności w Grupie H&M			
PRACOWNICY UCZESTNICZĄCY W JEDNYM LUB KILKU SZKOLENIACH	2020	2021	2022
Szkolenie z zakresu inkluzywności i różnorodności Layers, liczba pracowników	4152 ¹	23253 ²	21476 ²
% pracowników w markach (narastająco) ³	–	15%	22%
% pracowników w funkcjach (narastająco)	–	66%	71%
Szkolenie z zakresu nieświadomych uprzedzeń ⁴	13713	56618	36192
Szkolenie z zakresu świadomej reprezentacji kulturowej	72	0 ⁵	114
Prawne i etyczne aspekty szkoleń z zakresu rozwoju produktu ⁶	98	286	65
Łącznie uczestnicy jednego lub więcej szkoleń od 2018 roku (narastająco)	24335	70331	106523
Łącznie uczestnicy szkolenia Layers od 2018 roku (narastająco)	7725	31005	52481

Inkluzywność i różnorodność

W Niemczech, w reakcji na zapotrzebowanie klientów na większą reprezentację i kolekcje inkluzywne, przeprowadziliśmy pilotażowy program umożliwiający robienie zakupów bez względu na płeć. Projekt obejmował konsultacje z członkami klubu H&M, opracowanie niezwiązanej z płcią gamy produktów merchandisingowych oraz prace nad asortymentem.

Postęp: inkluzywność

— Kontynuowaliśmy współpracę z organizacją TENT Partnership for Refugees w zakresie niesienia pomocy uchodźczynom w Europie w dostępie do zatrudnienia, oferując profesjonalny mentoring. Obecnie zapewniamy możliwość mentoringu pracownikom w Niemczech i we Włoszech, a także przeprowadziliśmy niewielki program pilotażowy w Szwecji. Sześciu uchodźców rozpoczęło program w Niemczech, zaś we Włoszech i w Szwecji program ukończyło odpowiednio czterech i dwóch uchodźców. Wprowadzenie inicjatywy w Holandii zostało opóźnione.

— W reakcji na wojnę w Ukrainie pracownicy z sąsiednich krajów przekazali uchodźcom zasoby, fundusze, przedmioty osobiste, żywność i produkty higieniczne. Sklepy współpracują z lokalnymi organizacjami w celu podnoszenia świadomości i ułatwiania integracji uchodźców, a także wspierają stowarzyszenia działające na terenie Ukrainy. Grupa H&M współpracowała z Międzynarodową Organizacją ds. Migracji (IOM), aby umożliwić bezpieczne zatrudnianie uchodźców z tego kraju i, dzieląc się informacjami i wsparciem, zachęca dostawców do zatrudniania uchodźców.

— Program mikroprzedsiębiorczości H&M South Africa i Clothes to Good (CTG) mający na celu wydobycie kobiet z ubóstwa wspiera 108 kobiet, z których nieco ponad połowa to matki z niepełnosprawnymi dziećmi. Za pośrednictwem CTG zatrudniliśmy w naszym centrum dystrybucyjnym w Johannesburgu sześć osób niepełnosprawnych.

— H&M US nadal wspiera Buy From a Black Woman (BFABW), amerykańską organizację charytatywną działającą na rzecz czarnoskórych kobiet prowadzących działalność biznesową. W roku bieżącym marka H&M wykorzystwała swoje kanały i sklepy do tego, by wyróżnić firmy prowadzone przez czarnoskóre kobiety, przekazała darowiznę na rzecz BFABW i sponsorowała program akceleracyjny tej organizacji, by pomóc w rozwoju firm. Marka pokryła również koszty objęcia pracownikom internetowym katalogiem i siecią BFABW.

Postęp: inkluzywność i różnorodność łańcucha dostaw

Ulepszamy nasze podejście do zapobiegania, wykrywania i rozpatrywania przypadków przemocy ze względu na płeć i molestowania seksualnego (GBVH) w łańcuchu dostaw. Razem z dr Jane Pillinger, światową ekspertką w dziedzinie równości płci i przemocy w miejscu pracy, przeprowadziliśmy szkolenia i warsztaty dla naszych pracowników zajmujących się zrównoważonym rozwojem społecznym w łańcuchu dostaw – w celu podniesienia świadomości i zapewnienia dostawcom narzędzi wspierających do zapobiegania przemocy ze względu na płeć i molestowaniu seksualnemu oraz do rozpatrywania skarg.

Pracownicy w łańcuchu produkcyjnym poziomu 1 (z dokładnością do 1000)

	KOBIETY 2022 (%)	KOBIETY 2022 (%)	KOBIETY 2022	MĘŻCZYŹNI 2022
Pracownicy	63%	62%	715000	441000
Przełożeni	28%	27%	19000	52000
Przedstawiciele pracowników	62%	63%	6200	3600

— Przekroczyliśmy przyjęty przez nas cel podwojenia liczby fabryk zaangażowanych w inicjatywę dotyczącą uchodźców w Turcji. Początkowo planowaliśmy jej zwiększenie z 20 do 40, a obecnie mamy już 58 fabryk uczestniczących w programie. Zidentyfikowaliśmy kilka czynników, które utrudniają dostawcom zaangażowanie, takich jak następstwa pandemii i ciągle napięcia polityczne. Prawdopodobnie ograniczy to liczbę uchodźców wspieranych w ramach tej inicjatywy i może utrudnić nam osiągnięcie celu, jakim jest zatrudnienie 2000 uchodźców do 2025 roku. Od rozpoczęcia tej inicjatywy w 2016 roku w łańcuchu dostaw w Turcji zatrudniono już 750 uchodźców.

— Opierając się na szkoleniach pracowników Grupy H&M, wspólnie z IndustriAll i Jane Pillinger, pracujemy nad wytycznymi, które pomogą dostawcom w wykrywaniu przypadków przemocy ze względu na płeć i molestowania seksualnego, w zapobieganiu im i zarządzaniu nimi. Zostaną one wdrożone u dostawców w ciągu 2023 roku. Współpraca ta została uznana za dobrą praktykę w Raporcie Flagowym 2022 Global Deal (OECD/ILO).

— Niemal 3400 pracowników oraz 1200 kierowników i pracowników nadzoru w 386 fabrykach uczestniczyło w różnych szkoleniach i działaniach związanych z równością płci.

— Działania i szkolenia z zakresu zapobiegania molestowaniu seksualnemu i przemocy ze względu na płeć objęły w samym 2022 roku ponad 414 tys. pracowników.

— Opracowaliśmy program kariery i rozwoju kobiet, obejmujący 36 jednostek produkcyjnych w Turcji. Ma on na celu zwiększenie liczby kobiet na stanowiskach nadzorczych i w 2022 roku udział kobiet na takich stanowiskach w tych jednostkach produkcyjnych w Turcji wzrósł z 27% do 46%.

— Współpracujemy z UN Women India w celu zapobiegania przemocy i molestowaniu ze względu na płeć w stanie Tamil Nadu. Wraz z lokalnymi i globalnymi partnerami dążymy do identyfikacji i wdrażania lokalnych rozwiązań w zakresie bezpieczeństwa kobiet oraz rozwiązania problemu przemocy i molestowania ze względu na płeć na poziomie społeczności.

— Nasz projekt dotyczący zdrowia i dobrostanu w Indonezji obejmuje dalsze działania na rzecz wzmocnienia pozycji kobiet w łańcuchu dostaw poprzez szkolenia dotyczące dobrostanu, zdrowia reprodukcyjnego, niedożywienia i przemocy ze względu na płeć. Współpracując z [United Nations Population Fund](#) (UNFPA), dotarliśmy do 2 200 pracowników i zapisaliśmy 7 jednostek produkcyjnych w 2022 roku. W programie uczestniczyło 47 200 pracowników od 2019 roku.

— Marka COS opracowała i opublikowała własną [Strategię na rzecz równouprawnienia płci](#), opartą na Strategii na rzecz równouprawnienia płci w łańcuchu dostaw produkcyjnych Grupy H&M.

— Marka & Other Stories również wykorzystała strategię Grupy H&M w celu opracowania własnej Strategii na rzecz równouprawnienia płci, obejmującej cele i mierniki wydajności jej stosowania, a następnie przekazała ją swoim dostawcom poziomu 1. Marka osiąga najlepsze wyniki w zakresie odsetka kobiet na stanowiskach nadzorczych w łańcuchu dostaw – zatrudnia 56% kobiet na takich stanowiskach w stosunku do 39% w całej Grupie.

— Rozpoczęliśmy współpracę z [UNICEF](#) i 13 dostawcami w Bangladeszu w celu modernizacji placówek opieki nad dziećmi pracowników.

— Współpracujemy z [Better Work](#) oraz [USAID Mitra Kuncu](#) w celu zatrudnienia większej liczby niepełnosprawnych pracowników w fabrykach naszych dostawców w Indonezji. W 2022 roku zatrudniono 525 pracowników z niepełnosprawnościami, a projekt objął pięć dodatkowych fabryk dostawców.

— W Bangladeszu dostosowaliśmy szkolenia projektu GEAR dotyczące przywództwa kobiet tak, by lepiej odpowiadały one potrzebom pracowników, a także poszerzyliśmy ich zakres o kwestie związane z równouprawnieniem płci. W 2022 roku objęły one 105 pracowników, 84 kierowników i pracowników na stanowiskach nadzorczych oraz 21 fabryk.

— Zrewidowaliśmy nasze podejście do kwestii różnic w wynagrodzeniach i umiejętnościach kobiet i mężczyzn w łańcuchu dostaw i zatrudniliśmy eksperta ds. wynagrodzeń, [prof. Raymonda Robertsona](#), w charakterze doradcy. Więcej informacji – [Społeczne oddziaływanie w łańcuchu dostaw naszej produkcji](#).

Postęp: transparentność

— Przekazaliśmy dane i informacje na potrzeby wskaźnika [Bloomberg Gender-Equality Index 2022](#), którego celem jest wprowadzanie przejrzystości do praktyk związanych z płcią poprzez zapewnianie interesariuszom lepszych danych na temat polityki, procesów i działań.

— Wdrożyliśmy narzędzie I&D Insights Dashboard w całej prowadzonej przez nas działalności. Będzie ono wspierać lokalne procesy podejmowania decyzji oraz wykraczające w przyszłość priorytety.

Wnioski

— Mamy jasno sprecyzowane plany dotyczące inkluzywności i różnorodności w całej Grupie H&M. Obecne wyzwania obejmują konieczność ciągłego wdrażania i zapewniania wsparcia na rynkach o różnych poziomach dojrzałości i wiedzy specjalistycznej.

— W coraz bardziej spolaryzowanym świecie obserwujemy odmienne poziomy akceptacji dla naszych wartości związanych z inkluzywnością i różnorodnością. Podczas gdy niektóre kraje poszerzają prawa i różnorodność społeczeństwa, w innych wprowadza się restrykcje prawne i ogranicza pluralizm.



Na niektórych rynkach restrykcje prawne mogą ograniczać nasze możliwości w zakresie prowadzenia szkoleń oraz zapewnienia wszystkim chętnym możliwości korzystania z naszego zaangażowania kwestie inkluzywności i różnorodności. Stale badamy, jak możemy najlepiej przyczynić się do publicznego dialogu na temat tych kwestii i pomóc w uzyskaniu oddziaływania na politykę i postawy zgodne z naszymi wartościami.

— Praca hybrydowa i cyfrowa podczas pandemii otworzyła potencjał większej różnorodności, z kolei powrót do biura wzmocnia naszą kulturę i relacje. Zależy nam na dalszym wykorzystywaniu obu tych sposobów pracy w celu usuwania praktycznych barier i wzmocnienia wewnętrznej różnorodności.

Spojrzenie w przyszłość

Aby jeszcze bardziej zwiększyć transparentność, będziemy udostępniać więcej informacji na temat działań w zakresie inkluzywności i różnorodności, wyników i ustaleń. Chcemy uczestniczyć w dalszych rankingach i wzorcowych ocenach (benchmark) oraz angażować się w większą liczbę grup obejmujących inne podmioty z branży, aby przyspieszyć zmiany organizacyjne i zbiorowe, a także spełniać oczekiwania interesariuszy.

— Będziemy nadal badać, jak możemy pogłębiać różnorodność dostawców i partnerów biznesowych. Chcemy zachęcić naszych partnerów do tego, by uznawali inkluzywność i różnorodność za podstawowe wartości biznesowe oraz do tego, by przyjęli strategię działania, które włączą te wartości do prowadzonych działań.

— Po wdrożeniu procesów, które w sposób bardziej systematyczny gromadzą, zestawiają i analizują dane z wykorzystaniem narzędzia I&D Insights Dashboard, będziemy nadal badać możliwości wykorzystania podejścia opartego na danych do tego, by zwiększać inkluzywność i różnorodność.

— Aby promować wzmocnienie pozycji kobiet u dostawców, poddajemy ich obecnie ocenie według trzech kryteriów: proporcji zatrudnionych kobiet, proporcji kobiet na stanowiskach nadzorczych oraz różnic w wynagrodzeniach kobiet i mężczyzn. Jesteśmy przekonani, że zachęci to dostawców do działań na rzecz równości płci i osiągnięcia postępu w tym zakresie.

Zaangażowanie społeczności

Mamy szansę wspierać i wskazywać kierunki działania ludziom spoza naszego łańcucha wartości, zwłaszcza w czasach globalnej niepewności, konfliktów i kryzysów środowiskowych. Naszym celem jest stworzenie możliwości do tego, by społeczności wprowadzały pozytywne dla ludzi i planety zmiany.

Angażujemy się w działania społeczne wykraczające poza łańcuch naszych wartości i działamy, zarówno my, jak i nasi dostawcy, na rzecz wspierania marginalizowanych, nieuprzywilejowanych i wrażliwych grup ludzi, a także realizujemy inicjatywy skupiające się na ochronie klimatu i środowiska. Dowiedz się więcej o tym, jak pracujemy ze społecznościami związanymi z naszym łańcuchem wartości poprzez nasze działania w zakresie [inkluzywności i różnorodności](#), [praw człowieka](#), [oddziaływania społecznego w naszym łańcuchu dostaw](#), [wody](#) i [bioróżnorodności](#).

Nasz wkład obejmuje darowizny, płatny wolontariat pracowników oraz partnerstwo z organizacjami pozarządowymi, takimi jak [WWF](#), [TENT](#) Partnerstwo na rzecz Uchodźców, Fundusz Narodów Zjednoczonych na rzecz Dzieci (UNICEF), [Wysoki Komisarz Narodów Zjednoczonych ds. Uchodźców](#) (UNHCR) i wiele innych. Aby przyspieszyć działania, współpracujemy z [Business for Societal Impact](#) (B4SI), globalnym standardem pomiaru i zarządzania oddziaływaniem społecznym.

Postęp

— Przekazaliśmy 114,2 mln SEK¹ na inwestycje społeczne, docierające do 745 517 beneficjentów.

— Rozszerzyliśmy program współpracy ze społecznościami [My Store](#), angażując klientów i pracowników w lokalne kwestie związane ze zrównoważonym rozwojem. W projekcie uczestniczą obecnie wszystkie kraje regionu Europy Środkowej należące do marki H&M, a także Hiszpania i Indie, a 80% inicjatyw koncentruje się na inkluzywności i różnorodności w grupach znajdujących się w niekorzystnej sytuacji. Program obejmuje aktualnie 207 sklepów.

— Po wybuchu wojny w Ukrainie Grupa H&M podzieliła darowiznę w wysokości 1,5 miliona euro równo pomiędzy naszych wieloletnich partnerów – [UNICEF](#) oraz [UNHCR](#). Przekazaliśmy również 150 836 sztuk odzieży dla UNHCR. Nasi klienci przekazali łączną kwotę 10 972 927 SEK, zebraną w sklepach stacjonarnych i online we współpracy z naszym dostawcą usług płatniczych ADYEN. Ze względu na duże zapotrzebowanie w innych regionach świata, przekazaliśmy również 190 513 sztuk odzieży do UNHCR dla mieszkańców Sudanu Południowego.

— Marka COS uruchomiła program, w ramach którego opłaca do ośmiu godzin wolontariatu rocznie dla pracowników pracujących ponad 20 godzin tygodniowo.

Wnioski

— Zwiększanie zaangażowania pracowników w społeczność lokalną jest ważne dla poziomu satysfakcji tych pracowników: osoby zaangażowane w program My Store uzyskały o 5% wyższe wyniki w badaniu People Engagement Pulses (PEP) niż osoby niezaangażowane².

Spojrzenie w przyszłość

— Będziemy nadal rozwijać program My Store, aby wprowadzać pozytywne zmiany na poziomie lokalnym.

Nasze inicjatywy społeczne będą nadal koncentrować się na kwestiach inkluzywności i różnorodności, a środowiskowe działania społeczne na klimacie i przyrodzie. Naszym celem jest zapewnianie stałego wsparcia, jak również doraźnej pomocy w przypadku wystąpienia klęsk żywiołowych

Wyniki zaangażowania w społeczność			
INICJATYWY SPOŁECZNE	2020	2021	2022
Całkowita liczba beneficjentów ³	Patrz przypis 3	368000	745517
Wpłaty ogółem ¹	Patrz przypis 3	180,4 miliona SEK	114,2 miliona SEK
Darowizny rzeczowe ogółem	Patrz przypis 3	134,5 miliona SEK	50,3 miliona SEK
Wpłaty pieniężne ogółem	Patrz przypis 3	38,8 miliona SEK	52,7 miliona SEK
Koszty ogólne zarządzania ogółem	Patrz przypis 3	6,3 miliona SEK	9,0 milionów SEK
Wolontariat pracowniczy ogółem	Patrz przypis 3	0,8 miliona SEK	2,1 miliona SEK
Liczba partnerów współpracujących ogółem ⁴	Patrz przypis 4	Patrz przypis 4	137
Liczba zaangażowanych pracowników ogółem	Patrz przypis 4	Patrz przypis 4	12 763
Liczba zaangażowanych klientów ogółem	Patrz przypis 4	Patrz przypis 4	717019

¹ Obejmuje darowizny rzeczowe o wartości 50,3 mln SEK, wkłady pieniężne o wartości 52,7 mln SEK, koszty ogólne zarządzania 9,0 mln SEK, wolontariat pracowniczy o wartości 2,1 mln SEK.

² Na podstawie danych od respondentów ankiety PEP w Niemczech, w których program My Store jest prowadzony najdłużej.

³ Nowe wskaźniki KPI wprowadzone w 2021 roku w miarę realizacji naszych planów w zakresie inkluzywności i różnorodności oraz rozpoczęcia śledzenia zmian w naszych programach inwestycji i zaangażowania społecznego.

⁴ Nowe wskaźniki KPI wprowadzone w 2022 roku w chwili rozpoczęcia śledzenia zmian w naszych programach partnerskich oraz w zaangażowaniu pracowników i klientów.

Zarządzanie łańcuchem dostaw

Aktywnie angażujemy się w podnoszenie standardów branżowych w ramach współpracy z dostawcami w celu uzyskania lepszych wyników środowiskowych i społecznych. Budując długoterminowe partnerstwo, wybieramy dostawców, którzy podzielają nasze wartości.

Nasze działania koncentrują się na łańcuchach dostaw, na co mamy największy wpływ, i wymagamy tu od wszystkich naszych dostawców i partnerów biznesowych przestrzegania naszego [Zobowiązania do zrównoważonego rozwoju](#) oraz [Kodeksu Etycznego](#). Współpracujemy z dostawcami w zakresie spełniania minimalnych wymagań prawnych i wprowadzenia trwałych zmian społecznych i środowiskowych w całym łańcuchu dostaw.

Oceniamy zgodność i osiągnięte wyniki korzystając z naszego [Programu Partnerskiego na rzecz Zrównoważonego Oddziaływania](#) (SIPP). Daje on nam pewność, że wszyscy dostawcy spełniają określone przez nas minimalne wymagania, a ponadto umożliwia nam wspieranie dostawców poziomu 1 i 2 w działaniach na rzecz podnoszenia standardów i przyjmowania odpowiedzialności za realizację celów w zakresie zrównoważonego rozwoju. Program SIPP obejmuje następujące elementy:

— **Wymagania minimalne:** Ocena wszystkich nowych dostawców oraz bieżące kontrole uzupełniające.

— **Samoocena i weryfikacja:** Samoocena przy użyciu narzędzi branżowych, w tym modułu środowiskowego Higg Facility Environmental Module (FEM) i modułu społecznego Higg Facility Social and Labor Module (FSLM) Koalicji na rzecz Zrównoważonej Odzieży (SAC), zweryfikowanych przez organizację zewnętrzną.

— **Budowanie potencjału:** Wsparcie dla dostawców w zakresie identyfikacji obszarów priorytetowych i wyznaczania celów.

— **Mechanizmy składania skarg i głos pracowników:** Zapewnienie pracownikom możliwości zgłaszania problemów i uwzględnianie ich opinii.

— **Rozpatrywanie incydentów:** Rejestrowanie i badanie potencjalnych incydentów. Wydanie pisma z zastrzeżeniami i wymaganie opracowania planu działań naprawczych dla wszystkich przypadków niezgodności oraz angażowanie dostawców w działania naprawcze – na przykład zmiany w polityce i procesach, szkolenia i inne odpowiednie działania.

Postęp: relacje z dostawcami

— Zaktualizowane wymagania minimalne, obok innych zrewidowanych zasad stosowanych w celu zapewnienia zgodności z FEM i FSLM, zapobiegają nawiązywaniu współpracy z dostawcami, którzy nadal wykorzystują kotły węglowe. Zobowiązaliśmy się również do zakończenia do 2025 roku współpracy z dostawcami, którzy dopuszczają stosowanie opłat z tytułu rekrutacji pracowników migrantów.

— Aby wzmocnić nasze podejście do zarządzania łańcuchem dostaw, badaliśmy możliwości zwiększenia zakresu stosowania indeksu Higg i objęcie nim dostawców produkcyjnych poziomu 2.

— Przeczytaj o naszej działalności w 2022 roku na rzecz wsparcia [praw człowieka](#) we wszystkich łańcuchach dostaw.

Definicja łańcucha dostaw

Często posługujemy się terminem „łańcuch dostaw” mówiąc o wszystkich dostawcach, którzy przyczyniają się do naszej działalności w biznesie. W rzeczywistości współpracujemy z kilkoma różnymi łańcuchami dostaw, w tym z następującymi:

— **Łańcuch dostaw produkcji:** Dostawcy mający wkład w produkcję odzieży, obuwia, artykułów gospodarstwa domowego i kosmetyków, które sprzedajemy pod naszymi markami.

— **Marki zewnętrzne:** Łańcuchy dostaw produktów marek zewnętrznych sprzedawanych przez nasze kanały sprzedaży.

— **Łańcuch dostaw produkcji towarów niehandlowych (NCG):** Dostawcy wytwarzający towary, których używamy w naszych sklepach lub materiały marketingowe, takie jak stoły, wieszaki, manekiny itp.

— **Łańcuch dostaw usług:** Dostawcy świadczący usługi, takie jak wynajem lokali, usługi sprzątaniny, usługi budowlane, obsługa magazynowa i transport.

— **Inne łańcuchy dostaw i partnerzy biznesowi:** Administracja, usługi biznesowe, zaopatrzenie oraz usługi komunikacyjne i marketingowe.

Historycznie skupialiśmy się głównie na łańcuchu dostaw produkcji, ponieważ to właśnie na niego mamy największy wpływ. Obecnie coraz ściślej współpracujemy z innymi łańcuchami dostaw, stosując to samo usystematyzowane podejście do identyfikacji najistotniejszych zagrożeń dla praw człowieka i zajmując się nimi, w ramach partnerstwa, wspólnie z dostawcami oraz poprzez stałe doskonalenie.

Więcej o naszych postępach w zakresie ochrony [praw człowieka](#) w różnych łańcuchach dostaw.

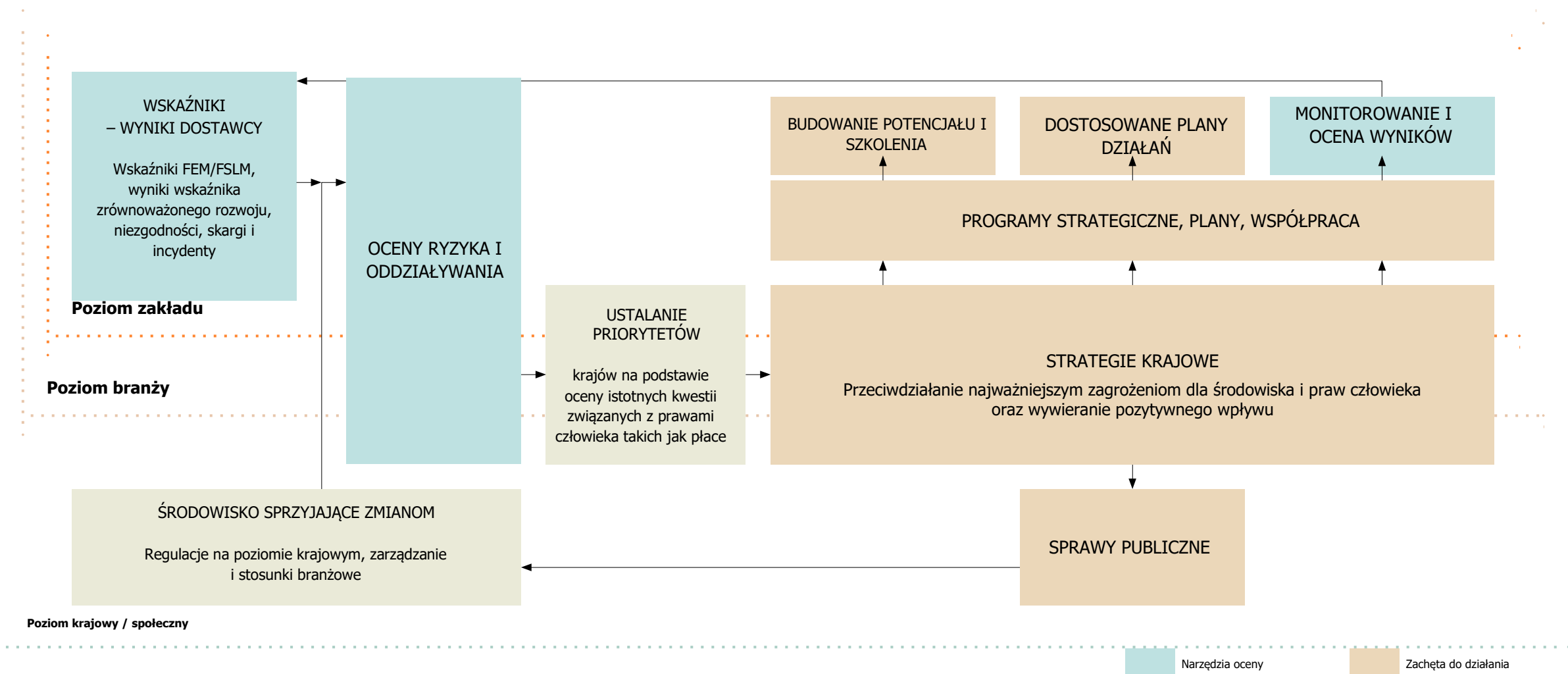
Nasze łańcuchy dostaw mają również różne szczeble lub poziomy, przez które przechodzą materiały podczas produkcji. Dzielimy dostawców na grupy (poziomy) w oparciu o rolę, jaką odgrywają w produkcji. Niekiedy poziomy nakładają się na siebie wzajemnie w sytuacji, gdy w ten sam etap produkcji może być zaangażowanych kilku dostawców. Najściślej współpracujemy z dostawcami poziomu 1 i 2:

— **Poziom 1:** Obejmuje dostawców produkcyjnych i fabryki podwykonawcze, które wytwarzają produkty poprzez krojenie, szycie i przetwarzanie.

— **Poziom 2:** To przede wszystkim dostawcy, którzy dostarczają tkaniny, przędze i wykończenia dla produktów, w tym przędzalnie, garbarnie, tkalnie, farbiarnie i zakłady, w których powstają nadruki.

Więcej o [poziomach dostawców](#).

Ekosystem zarządzania łańcuchem dostaw



Postęp: narzędzia i normy branżowe

— Kontynuowaliśmy prace nad rozwojem narzędzia Social & Labour Convergence Program (SLCP) do prowadzenia ocen na potrzeby wskaźnika FSLM. Jako członek rady strategicznej modułu społecznego i pracowniczego FSLM, zapewniliśmy bieżący wkład w rozwój nowego narzędzia oceny SLCP i wspólnego systemu punktacji wskaźnika Higg FSLM. Opowiadamy się za przejściem na punktację opartą na oddziaływaniu na środowisko, a nie na kontroli zgodności.

— Koalicja Sustainable Apparel Coalition (SAC) tymczasowo wstrzymała Program Przejrzystości Wskaźnika Higg w celu przeprowadzenia jego głębszego przeglądu, co jest skutkiem zewnętrznej krytyki. Więcej o naszych działaniach na rzecz zwiększania przejrzystości w całej branży.

Postęp: ocena i wyniki dostawców

— Kontynuowaliśmy stosowanie ocen i weryfikacji realizowanych na miejscu i zdalnie według wskaźnika SIPP, Higg FEM i Higg FSLM, zgodnie z lokalnie obowiązującymi ograniczeniami wynikającymi z pandemii Covid-19. Patrz tabela udziału wskaźników FEM i FSLM oraz wyników weryfikacji.

— 100% zakładów dostawców poziomu 1 i 100% zakładów farbiarskich i zajmujących się nadrukami poziomu 2 wdrożyło program SIPS. 100% dostawców towarów niehandlowych i 100% ich zakładów wdrożyło program SIPS.

— Średni wynik FEM w zakładach dostawców objętych badaniem wyniósł 64 na 100. Planujemy wykorzystanie narzędzia FSLM do prowadzenia punktowej oceny w branży, gdy będzie ono gotowe.

— 111 dostawców (poziom 1 – 88, poziom 2 – 23) zgłosiło niezgodności z wymogami minimalnymi, co doprowadziło do:

– ujawnienia 128 przypadków niezgodności z wymogami minimalnymi – 72 dotyczące kwestii społecznych, 12 dotyczących środowiska i 25 dotyczących praktyk biznesowych.

– wystawienia 57 pism wyrażających zaniepokojenie w ramach procesu rozwiązywania problemów związanych z prawami człowieka i kwestiami środowiskowymi (patrz tabela na [stronie 85](#)).

– zakończenia relacji biznesowych z 4 dostawcami ze względu na niespełnianie wymogów minimalnych.

— Zbadane przypadki potencjalnego nieprzestrzegania Kodeksu Etycznego zaowocowały jednym pisemnym ostrzeżeniem dla partnera biznesowego¹.

1) Patrz [strona 88](#) – oświadczenie o wiarygodności dotyczące tego punktu danych.

Wskaźnik Higg – wyniki	POZIOM 1		POZIOM 2	
	ZAKŁADY DOSTAWCÓW	WERYFIKACJA PRZEZ PODMIOT ZEWNĘTRZNY	ZAKŁADY DOSTAWCÓW	WERYFIKACJA PRZEZ PODMIOT ZEWNĘTRZNY
FEM	858 (67)%	99%	509 (53)%	99%
FSLM	843 (66)%	100%	501 (52)%	100%

Wyniki FEM	2019	2020	2021	2022
Wynik ogólny (na 100) ²	47	52	57	64
W oparciu o średnią łączną dla następujących kryteriów:				
Systemy zarządzania środowiskowego	52	59	70	78
Zużycie energii i emisja gazów cieplarnianych	75	82	87	91
Zużycie wody	62	73	76	82
Ścieki	51	59	67	74
Gospodarka odpadami	31	34	37	44
Emisje do powietrza	30	29	29	39
Gospodarka środkami chemicznymi	27	29	32	39

2) Średnia dla wszystkich aktywnych, zweryfikowanych fabryk poziomu 1 i poziomu 2, które mają zweryfikowany wynik z wyjątkiem 4 zakładów podających wynik samocenny ze względu na wysoką wystawność i niską odchyłkę pomiędzy wynikiem samocenny a wynikiem zweryfikowanym we wcześniejszych latach. Wyniki oparte są na danych z roku poprzedzającego, np. wynik ogólny z 2022 roku oparty jest na danych z 2021 roku.

Wnioski

— Opracowanie narzędzi i standardów branżowych w oparciu o oddziaływanie, a nie kontrole zgodności będzie wymagało działań na rzecz usunięcia braków w danych i zwiększenia widoczności problemów występujących w terenie. Zobowiązujemy się do współpracy z naszymi dostawcami w celu poprawy jakości i wiarygodności gromadzonych przez nas danych. Napotykamy jednak na pewne wyzwania, takie jak dokładność weryfikacji danych przez strony trzecie, i nadal przekazujemy organizacjom nadzorującym weryfikację stałe informacje zwrotne w celu usunięcia rozbieżności, co powinno pomóc nam w poprawie jakości danych przeznaczonych do narzędzi branżowych. Dalsze usprawnienia będą prawdopodobnie polegały na rozszerzeniu kanałów, za pomocą których gromadzimy dane i informacje o zgodności, w tym na szerszej współpracy z audytorami zewnętrznymi i wykorzystaniu dodatkowych narzędzi, takich jak mechanizmy skarg.

Spojrzenie w przyszłość

— Będziemy nadal rozwijać Indeks Zrównoważonego Rozwoju, by lepiej odzwierciedlał on i premiował wyniki uzyskiwane przez dostawców w zakresie zrównoważonego rozwoju.

— Będziemy nadal poszerzać uczestnictwo naszych dostawców w module Higg, co obejmuje współpracę z innymi podmiotami w celu zbadania, jak najlepiej oceniać dostawców produkcyjnych poziomu 3 i 4.

— Planujemy poszerzenie wykorzystania elektronicznych mechanizmów składania skarg i zażaleń oraz badania opinii pracowników w celu łagodzenia i rozwiązywania problemów dotyczących ryzyka w łańcuchu dostaw, które dostrzegamy w roku 2023.

Obejme to uzupełnienie naszych obecnych danych o opinie pracowników, co umożliwi nam pełną ocenę funkcjonowania mechanizmu składania skarg według Wytycznych ONZ. Zwiększymy również widoczność gromadzonych przez nas danych dotyczących skarg i wykorzystamy te informacje do tego, by powiązać wyniki w zakresie mechanizmów rozpatrywania skarg z innymi wskaźnikami postępu społecznego – takimi jak inkluzywność i różnorodność, zdrowie i bezpieczeństwo oraz wynagrodzenia.

Działania łagodzące w działaniu

W 2022 roku federacja Bangladesh Garment and Industrial Workers Federation (BGIWF) podniosła zarzuty dotyczące jednej z naszych fabryk dostawcy poziomu 1 – w tym odnośnie do przedłużających się problemów związanych z formowaniem związku zawodowego i rządowym procesem rejestracji pracowników w zakładzie.

Interwencja przeprowadzona przez nasz Krajowy Komitet Monitorujący doprowadziła do podpisania protokołu ustaleń pomiędzy BGIWF a kierownictwem zakładu, co stworzyło podstawy do poprawy stosunków branżowych. Od tego czasu zakład opracował plany działania, obejmujące dialog z BGIWF na temat praw i obowiązków pracowników, działania nad utworzeniem funkcjonalnego związku zawodowego oraz szkolenie pracowników zakładu w zakresie obsługi spraw pracowniczych.

Pisma do dostawców wyrażające zaniepokojenie w związku z brakiem zgodności z wymogami minimalnymi¹

SPRAWA	TEMATYKA PISM WYRAŻAJĄCYCH ZANIEPOKOJENIE	2019	2020	2021 ²	2022
Zdrowie i bezpieczeństwo	Licencje prawne, planowanie awaryjne, bezpieczeństwo pożarowe	18	3	2	10
Praca dzieci	Praca dzieci	0	0	0	0
Sprawiedliwa płaca wystarczająca na utrzymanie	Wynagrodzenia, płaca minimalna, wynagrodzenie za nadgodziny	63	4	2	8
Wolność zrzeszania się i układy zbiorowe	Zaangażowanie pracowników i komunikacja	7	2	2	0
Zabezpieczenie społeczne, praca przymusowa, współczesne niewolnictwo	Rekrutacja i zatrudnianie	8	3	1	7
Dyskryminacja i nękanie	Traktowanie i rozwój pracowników	2	0	1	0
Dostęp do wody	Zużycie wody, ścieki	7	4	7	7
Środowiskowe	Energia, środki chemiczne	4	1	4	0
Inne	Stosowanie niezadeklarowanych jednostek, transparentność	24	11	19	25

¹⁾ Zakłady dostawców poziomu 1.

²⁾ W 2021 roku rozpoczęliśmy pozyskiwanie danych dotyczących niezgodności z wymogami minimalnymi z narzędzi branżowych. Większość przypadków była weryfikowana na miejscu przez firmę zewnętrzną. Zaowocowało to znacznym obniżeniem tych wymogów w przypadkach niezgodności, co po raz kolejny podkreśla znaczenie alternatywnych działań w ramach due diligence, w tym dialogu w miejscu pracy i skutecznych kanałów składania skarg przez pracowników w celu zgłaszania problemów.

Jak sporządzamy raporty

Zakres i dane

Grupa H&M co roku sporządza Raport w sprawie zrównoważonego rozwoju, w którym ujawnia politykę zrównoważonego rozwoju, cele, strategię, programy i dane dotyczące wyników dla globalnej działalności Grupy H&M Hennes & Mauritz AB (w niniejszym raporcie nazywanej również Grupą H&M).

Nasze sprawozdania za rok 2022 obejmują osiem marek Grupy H&M (H&M, COS, Weekday, Monki, H&M HOME, & Other Stories, ARKET i Afound), oprócz spółek zależnych, które były w całości lub częściowo naszą własnością w roku finansowym od 1 grudnia 2021 roku do 30 listopada 2022 roku, chyba że zadeklarowano inaczej. Pełny wykaz podmiotów znajduje się w naszym [Raporcie Rocznym i Raporcie w sprawie Zrównoważonego Rozwoju 2022](#).

Zintegrowaliśmy naszą sprawozdawczość po to, by móc spełniać coraz szersze wymogi w zakresie ujawniania informacji na temat zrównoważonego rozwoju. Niniejsze Oświadczenie na Temat Zrównoważonego Rozwoju stanowi uzupełnienie naszego Sprawozdania Rocznego i Raportu w sprawie Zrównoważonego Rozwoju, który obejmuje Raport dotyczący Ładu Korporacyjnego, obowiązkowy Raport w sprawie Zrównoważonego Rozwoju oraz Sprawozdanie Finansowe. Treści uzupełniające zamieszczone w Internecie oraz wskaźniki i indeksy zawierają dodatkowe informacje.

Wciąż doskonalimy sposób obliczania i porównywania danych dotyczących emisji z zakresu 1, 2 i 3. Więcej o tym, jak [obliczamy nasze emisje](#).

Ramy

— **Global Reporting Initiative (GRI):** Niniejszy raport został przygotowany zgodnie ze zrewidowanymi Uniwersalnymi Standardami GRI. Pobierz nasz [wskaźnik GRI](#).

— **Ramy Sprawozdawczości zgodne z Wytycznymi ONZ (UNGP):** W 2015 roku byliśmy jedną z pierwszych firm, która sporządziła sprawozdanie na temat praw człowieka według Ram Sprawozdawczości zgodnych z Wytycznymi ONZ (UNGP). W naszej ocenie istotności prowadzimy regularne przeglądy [istotnych kwestii związanych z prawami człowieka](#). Więcej o naszym [podejściu do sprawozdawczości](#).

— **Ramy dobrowolnego ujawniania informacji (Task Force on Climate-Related Financial Disclosures (TCFD):** Przeprowadziliśmy analizę ryzyka klimatycznego zgodnie z zaleceniami TCFD. Więcej informacji można znaleźć w naszym [Raporcie Rocznym i Raporcie w sprawie Zrównoważonego Rozwoju](#).

— **UN Global Compact i CEO Water Mandate:** Jesteśmy sygnatariuszami programu ONZ Global Compact. Nasze roczne raporty dotyczące zrównoważonego rozwoju pełnią rolę informacji o postępach w realizacji programu ONZ Global Compact i CEO Water Mandate. Od 2023 roku będziemy ujawniać informacje za pomocą nowego cyfrowego systemu raportowania UN Global Compact.

— **Ustawa w sprawie współczesnego niewolnictwa:**

Sporządzamy sprawozdania zgodnie z takimi ramowymi przepisami prawa, jak brytyjska ustawa w sprawie współczesnego niewolnictwa. Zapoznaj się z naszym [Oświadczeniem o współczesnym niewolnictwie](#).

—

— Większe zainteresowanie ustawodawców kwestią zobowiązań przedsiębiorstw w zakresie praw człowieka i należytej staranności powoduje wzrost liczby wymogów dotyczących sprawozdawczości. Składamy sprawozdania zgodnie z odpowiednimi przepisami, w tym z polityką UE oraz takich krajów, jak Niemcy, Norwegia i Wielka Brytania.

Na naszej stronie internetowej można znaleźć więcej informacji na temat tego, [jak sporządzamy raporty](#) oraz na temat [istotnych kwestii](#). Obejmuje to proces identyfikacji i aktualizacji najbardziej istotnych tematów oraz ich zakresu.



Wyznaczone przez ONZ cele zrównoważonego rozwoju

Wyznaczone przez ONZ cele zrównoważonego rozwoju (SDG) są globalnym wezwaniem do działania. Stanowią one podstawę naszego podejścia do ustalania priorytetów i podejmowania wyzwań społecznych, środowiskowych i gospodarczych. Jesteśmy częścią inicjatywy [Business Call to Action](#), której celem jest przyspieszenie postępu w realizacji celów zrównoważonego rozwoju (SDG).

Poniżej przedstawiamy nasz wkład w realizację tych celów, zarówno bezpośrednio (poprzez realizację naszej strategii), pośrednio, jak i poprzez partnerstwo.

Nasz wkład w realizację wyznaczonych przez ONZ celów zrównoważonego rozwoju

CEL		WPŁYW BEZPOŚREDNI PRZEGLĄD NASZEJ STRATEGII	WPŁYW POSREDNI PRZEGLĄD NASZEJ STRATEGII	WKŁAD POPRZEZ NASZE PARTNERSTWA	CEL		WPŁYW BEZPOŚREDNI PRZEGLĄD NASZEJ STRATEGII	WPŁYW POSREDNI PRZEGLĄD NASZEJ STRATEGII	WKŁAD POPRZEZ NASZE PARTNERSTWA
	1 Brak ubóstwa	Sprawiedliwość i równość	●			10 Ograniczane nierówności	Sprawiedliwość i równość		●
	2 Zero głodu		●	●		11 Zrównoważone miasta i społeczności		●	
	3 Zdrowie i dobrostan	Sprawiedliwość i równość	●			12 Odpowiedzialna konsumpcja i produkcja	Lider zmian; Cyrkularność, klimat i natura		●
	4 Edukacja wysokiej jakości		●			13 Działania na rzecz klimatu	Cyrkularność, klimat i natura		●
	5 Równość płci	Sprawiedliwość i równość		●		14 Życie poniżej poziomu wody	Cyrkularność, klimat i natura	●	●
	6 Czysta woda i dobre warunki sanitarne	Cyrkularność, klimat i natura	●	●		15 Życie na lądzie	Cyrkularność, klimat i natura	●	●
	7 Przystępna i czysta energia	Cyrkularność, klimat i natura		●		16 Pokój, sprawiedliwość i silne instytucje		●	●
	8 Godna praca i wzrost gospodarczy	Sprawiedliwość i równość		●		17 Partnerstwo na rzecz realizacji celów	Lider zmian; Cyrkularność, klimat i natura	●	●
	9 Przemysł, innowacje i infrastruktura	Lider zmian; Cyrkularność, klimat i natura		●					

Sprawozdanie audytora

Raport poświadczający audytora dotyczący określonych informacji na temat zrównoważonego rozwoju w Oświadczeniu na temat zrównoważonego rozwoju 2022 Grupy H&M

Do H&M Hennes & Mauritz AB, numer identyfikacyjny 556042-7220

Wprowadzenie

Rada Dyrektorów i Zarząd H&M Hennes & Mauritz AB (Grupa H&M) zleciły nam przeprowadzenie ograniczonej weryfikacji wybranych informacji, przedstawionych w dokumentach „Ujawnianie informacji na temat zrównoważonego rozwoju 2022” Grupy H&M, „Istotne kwestie 2022”, „Wzorzec istotności 2022” i „Zaangażowanie interesariuszy 2022” w odniesieniu do informacji, o których mowa w indeksie GRI, który jest dostępny w „Indeksie treści GRI 2022”. Zasady sprawozdawczości znajdują się w dokumencie „Jak sporządzamy raporty 2022”.

— Podejście do angażowania interesariuszy (Oświadczenie 2-29), zamieszczone w raporcie „Zaangażowanie interesariuszy 2022”, „Istotne kwestie 2022” oraz na stronach 15-16 w „Oświadczeniu na temat zrównoważonego rozwoju 2022”.

Proces ustalania istotnych tematów i ich wykaz (Oświadczenia 3.1, 3.2), ujęty w dokumentach „Istotne kwestie 2022”, „Wzorzec istotności 2022”, „Sposób opracowywania naszych sprawozdań 2022” oraz na stronach 63 i 86-87 „Oświadczenia na temat zrównoważonego rozwoju 2022”.

— Energia:

Zużycie energii w organizacji i procent energii odnawialnej (Oświadczenie 302-1), strona 30 w raporcie „Oświadczeniu na temat zrównoważonego rozwoju 2022”. Intensywność energetyczna (Oświadczenie 302-3), strona 30 w „Oświadczeniu na temat zrównoważonego rozwoju 2022”.

— Emisja:

Bezpośrednie (Zakres 1) emisje gazów cieplarnianych (Oświadczenie 305-1), strona 29 w „Oświadczeniu na temat zrównoważonego rozwoju 2022”. Emisja gazów cieplarnianych pośrednio związanych z energią (Zakres 2) (Oświadczenie 305-2), strona 29 w „Oświadczeniu na temat zrównoważonego rozwoju 2022”. Inne pośrednie (zakres 3) emisje gazów cieplarnianych, ograniczone do transportu, materiałów, produkcji tkanin i produkcji odzieży (część Oświadczenia 305-3), strona 30 w „Oświadczeniu na temat zrównoważonego rozwoju 2022”.

— Materiały:

Użyte materiały według wagi lub objętości, ograniczone do bawełny i materiałów syntetycznych, w tym 3 najlepsze materiały z recyklingu (część Oświadczenia 301-1), strona 43-44 w „Oświadczeniu na temat zrównoważonego rozwoju 2022”.

— Zapobieganie działaniom o charakterze korupcyjnym:

Potwierdzone przypadki nieprzestrzegania Kodeksu Etycznego i podjęte działania (część Oświadczenia 205-3), zgłoszone na stronie 84 w „Oświadczeniu na temat zrównoważonego rozwoju 2022”.

Obowiązki Rady Dyrektorów i Zarządu odnośnie Raportu w sprawie Zrównoważonego Rozwoju

Rada Dyrektorów i Zarząd ponoszą odpowiedzialność za opracowanie Raportu w sprawie Zrównoważonego Rozwoju zgodnie z obowiązującymi kryteriami, które zostały wyjaśnione na stronie 86 dokumentu Ujawnianie informacji na temat zrównoważonego rozwoju 2022 i stanowią część Wytycznych dotyczących raportowania zrównoważonego rozwoju opublikowanych przez GRI (Global Reporting Initiative), mających zastosowanie do Raportu w sprawie Zrównoważonego Rozwoju, a także zgodnie z zasadami rachunkowości i obliczeń, opracowanymi przez Spółkę. Odpowiedzialność ta obejmuje również kontrolę wewnętrzną związaną z opracowaniem Raportu w sprawie Zrównoważonego Rozwoju wolnego od istotnych nieprawidłowości wynikających z oszustw lub błędów.

Obowiązki audytora

Naszym zadaniem jest sformułowanie wniosku na temat wyżej wymienionych informacji we wskazanych dokumentach w oparciu o zastosowane przez nas procedury ograniczonej weryfikacji. Wybór ujawnianych informacji poddawanych przeglądowi został dokonany przez Kierownictwo Grupy H&M. Nasze zadanie ogranicza się do wyżej wymienionych informacji bez linków internetowych oraz do przedstawionych informacji historycznych, a zatem nie obejmuje ono informacji dotyczących przyszłości.

Usługę ograniczonej weryfikacji zrealizowaliśmy zgodnie z normą ISAE 3000 (zaktualizowaną) *Usługi weryfikacji inne niż audyty lub przeglądy historycznych informacji finansowych*. Usługa ograniczonej weryfikacji polega na przeprowadzeniu rozmów, przede wszystkim z osobami odpowiedzialnymi za opracowanie Raportu w sprawie Zrównoważonego Rozwoju, oraz na zastosowaniu procedur analitycznych i innych wchodzących w skład ograniczonego poświadczenia. Procedury realizowane w ramach usługi ograniczonej weryfikacji różnią się w swej naturze od usługi weryfikacji opartej na dowodach realizowanej zgodnie z Międzynarodowymi Standardami Audytu Finansowego oraz innymi ogólnie przyjętymi w Szwecji standardami audytu finansowego i mają węższy zakres.

Firma stosuje Międzynarodowy Standard Zarządzania Jakością 1, który wymaga od firmy zaprojektowania, wdrożenia i prowadzenia systemu zarządzania jakością, w tym polityki lub procedur dotyczących zgodności z wymogami etycznymi, normami zawodowymi oraz obowiązującymi wymogami prawnymi i regulacyjnymi. Jesteśmy niezależni od Grupy H&M zgodnie z zasadami etyki zawodowej księgowych w Szwecji i spełniamy wszelkie inne zobowiązania etyczne zgodnie z tymi wymogami.

Zrealizowane procedury nie pozwalają nam zatem na pewność, że uzyskaliśmy wiedzę na temat wszystkich znaczących kwestii, jakie mogłyby zostać zidentyfikowane w ramach usługi weryfikacji opartej na dowodach.

W związku z tym wnioski z przeprowadzonych procedur nie wyrażają wniosku na podstawie weryfikacji opartej na dowodach.

Stosowane przez nas procedury opierają się na kryteriach określonych przez Radę Dyrektorów i Zarząd, jak opisano powyżej. Uważamy, że kryteria te są odpowiednie do przygotowania wyżej wymienionych informacji prezentowanych w „Oświadczeniu na temat zrównoważonego rozwoju 2022”.

Uważamy, że uzyskane przez nas dowody są wystarczające i odpowiednie do sformułowania poniższych wniosków.

Wniosek

W toku realizowanych przez nas procedur ograniczonej weryfikacji nie zwróciło naszej uwagi nic, co kazałoby nam sądzić, iż informacje dotyczące wyżej wymienionych oświadczeń w raporcie Grupy H&M „Oświadczenie na temat zrównoważonego rozwoju za rok 2022” nie zostały przygotowane, we wszystkich istotnych aspektach, zgodnie z kryteriami określonymi przez Radę Dyrektorów i Zarząd.

Sztokholm 23 marca 2023 r.
Deloitte AB

Didrik Roos

Uprawniony Rewident Księgowy

Lennart Nordqvist

Członek ekspert FAR

Grupa H&M

Oświadczenie na temat zrównoważonego rozwoju w 2022 roku

Jeśli masz pytania, potrzebujesz pomocy w znalezieniu informacji lub chcesz uzyskać najnowsze informacje na temat naszych działań na rzecz zrównoważonego rozwoju, w tym strategii, celów, standardów i polityki, skontaktuj się z kelly.langpap@hm.com.

Będziemy wdzięczni za opinię.

Dziękujemy.

Powyższe oświadczenie na temat zrównoważonego rozwoju w 2022 roku przygotowane przez grupę H&M jest tłumaczeniem z języka angielskiego na język polski, w przypadku rozbieżności pomiędzy wersjami językowymi, wersją wiążącą jest wersja angielska.