



ÅRSSTÄMMA 2009

► ROLF ERIKSEN
VD

H&M



ÅRET I SIFFROR

- ▶ Försäljning 104 miljarder kronor inklusive moms
- ▶ Bruttomarginal 61,5 procent (61,1%)
- ▶ Rörelsemarginal 22,7 procent (23,5%)
- ▶ Resultat efter finansiella poster 21,2 miljarder kronor
- ▶ Resultat efter skatt 15,3 miljarder kronor
- ▶ Resultat per aktie 18:48 kronor

ÅRET I KORTHET

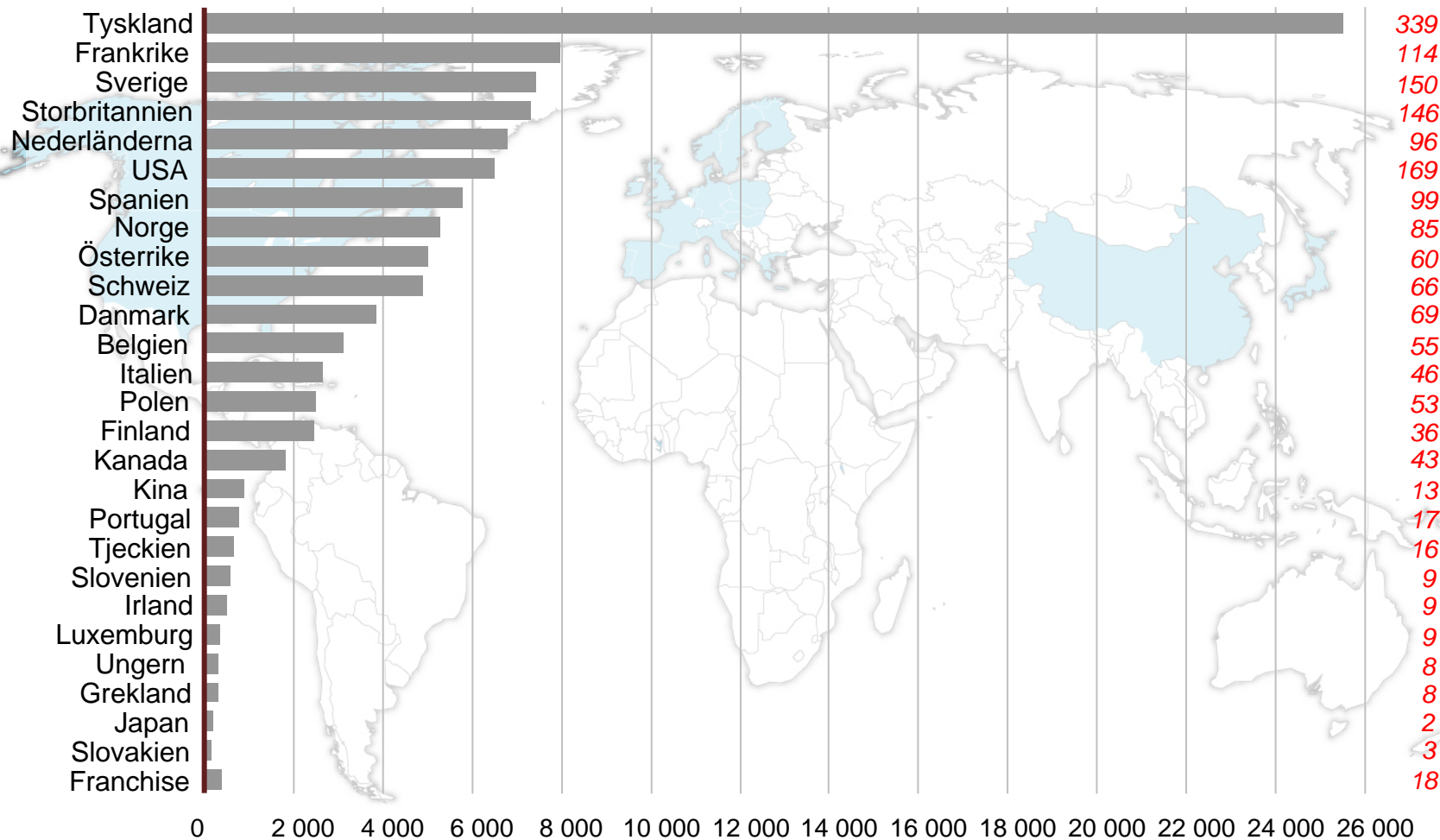


- ▶ Uppskattade kollektioner och god kostnads kontroll
- ▶ Nya marknader
 - franchise: Egypten, Bahrain, Saudiarabien och Oman
 - Japan
- ▶ Fortsatta satsningar
 - FaBric Scandinavien, COS, skor
- ▶ Distanshandeln viktig kanal

FÖRSÄLJNING PER MARKNAD

HELÅR 2008 (MSEK INKLUSIVE MOMS)

Antal butiker





FÖRSTA KVARTALET 2009

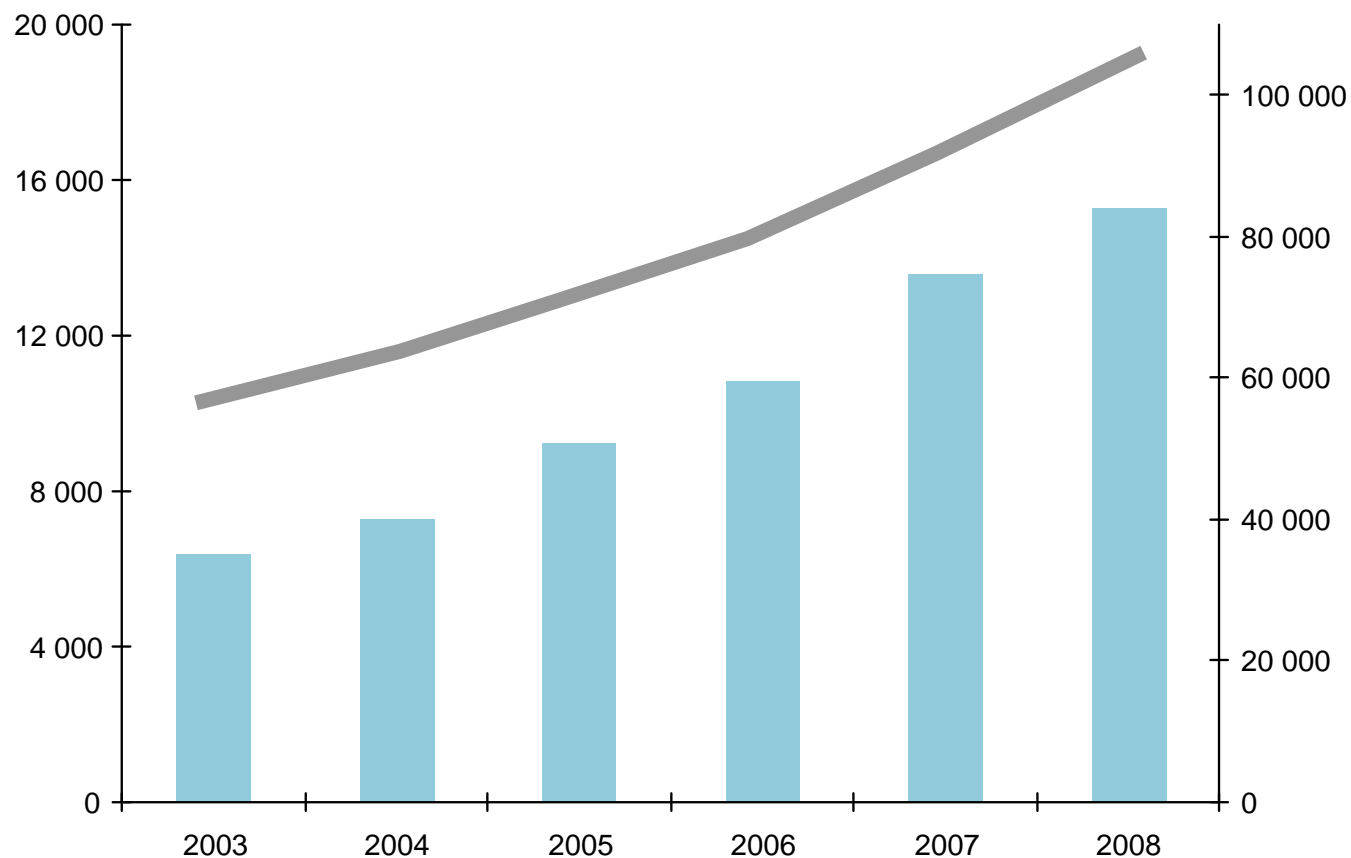
- ▶ Försäljning 27,3 miljarder kronor inklusive moms
- ▶ Bruttomarginal 56,6 procent (59,6%)
- ▶ Rörelsemarginal 14,4 procent (19,2%)
- ▶ Resultat efter finansiella poster 3,6 miljarder kronor
- ▶ Resultat efter skatt 2,6 miljarder kronor

H&M

RESULTATUTVECKLING

2003 - 2008

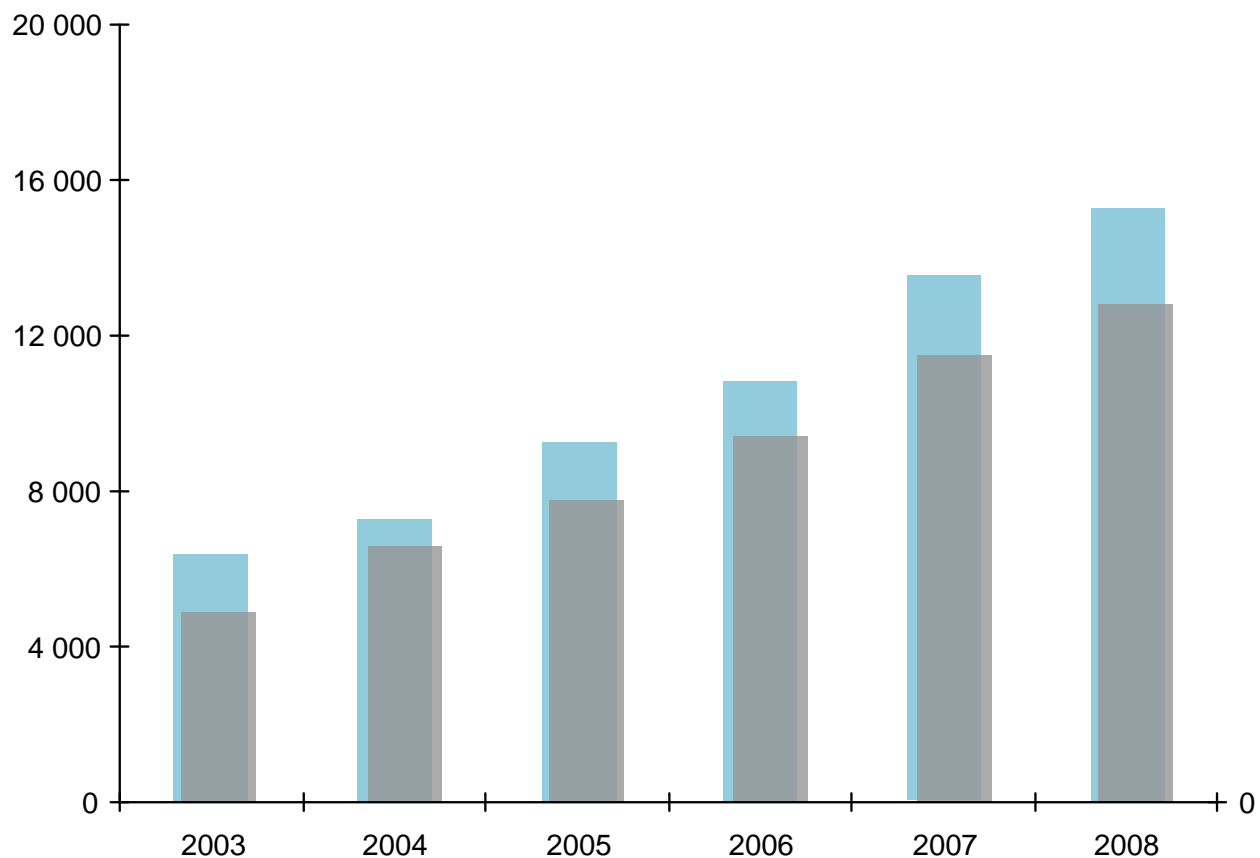
■ Resultat efter skatt (MSEK) — Försäljning inkl. moms (MSEK)



UTDELNINGsutveckling

2003 - 2008

■ Resultat efter skatt (MSEK) ■ Utdelning (MSEK)





KOLLEKTIONERNA

- ▶ H&M:s designers och inköpare omvandlar trender till mode
- ▶ Erbjuder något för alla
- ▶ Väl mottagna designersamarbeten
 - Marimekko
 - Comme des Garçons
 - Matthew Williamson

MATTHEW
WILLIAMSON
FOR *H.M*



MATTHEW WILLIAMSON

- ▶ Färgstarkt och konstnärligt mode med etniska influenser
- ▶ Exklusiv damkollektion i utvalda storstadsbutiker
- ▶ Bred sommarkollektion för herr och dam
- ▶ Mode och design, inte en fråga om pris

H&M



H&M HOME

- ▶ Mode för hemmet
- ▶ Bra försäljningsstart
- ▶ Försäljning genom distanshandeln
- ▶ Mode och kvalitet till bästa pris





H&M I RYSSLAND

- ▶ Lyckade invigningar av de två första butikerna i Moskva
- ▶ Stort intresse för H&M i Ryssland
- ▶ Marknad med stor tillväxtpotential
 - ytterligare butik i Moskva i höst
 - St Petersburg 2010





H&M I ASIEN

- ▶ H&M växer i Asien
- ▶ Peking ny region – första butiken öppnade i april
- ▶ Sydkorea ny marknad 2010
- ▶ Nya franchisebutiker
 - Libanon 2009
 - Jordanien 2010
 - Israel 2010





MEDARBETARE

- ▶ Medarbetarna H&M:s viktigaste resurs
- ▶ Kulturöverföring förutsättning för framgång
- ▶ H&M högt rankad arbetsgivare



ANSVARSTAGANDE

- ▶ Ansvarstagande en del av företagskulturen
- ▶ Uppförandekod för långsiktiga förbättringar
- ▶ Ny hållbarhetsstrategi 2008
- ▶ Satsning på ekologisk bomull
- ▶ Vattenhantering prioriterat under 2009



H&M 2009

- ▶ Mål: Ökad försäljning med fortsatt hög lönsamhet
- ▶ Nettotillskott 225 butiker
 - tyngdpunkt USA, Frankrike, Italien, Spanien, Storbritannien och Tyskland
- ▶ Fortsatta satsningar på framtida tillväxt



H & M Hennes & Mauritz AB