



H & M Hennes & Mauritz AB

# PRESSKONFERENS 29 JUNI 2017

SEXMÅNADERSRAPPORT 2017



- **KARL-JOHAN PERSSON**

VD

- **NILS VINGE**

IR-ANSVARIG

- **ANN-SOFIE JOHANSSON**

CREATIVE ADVISOR





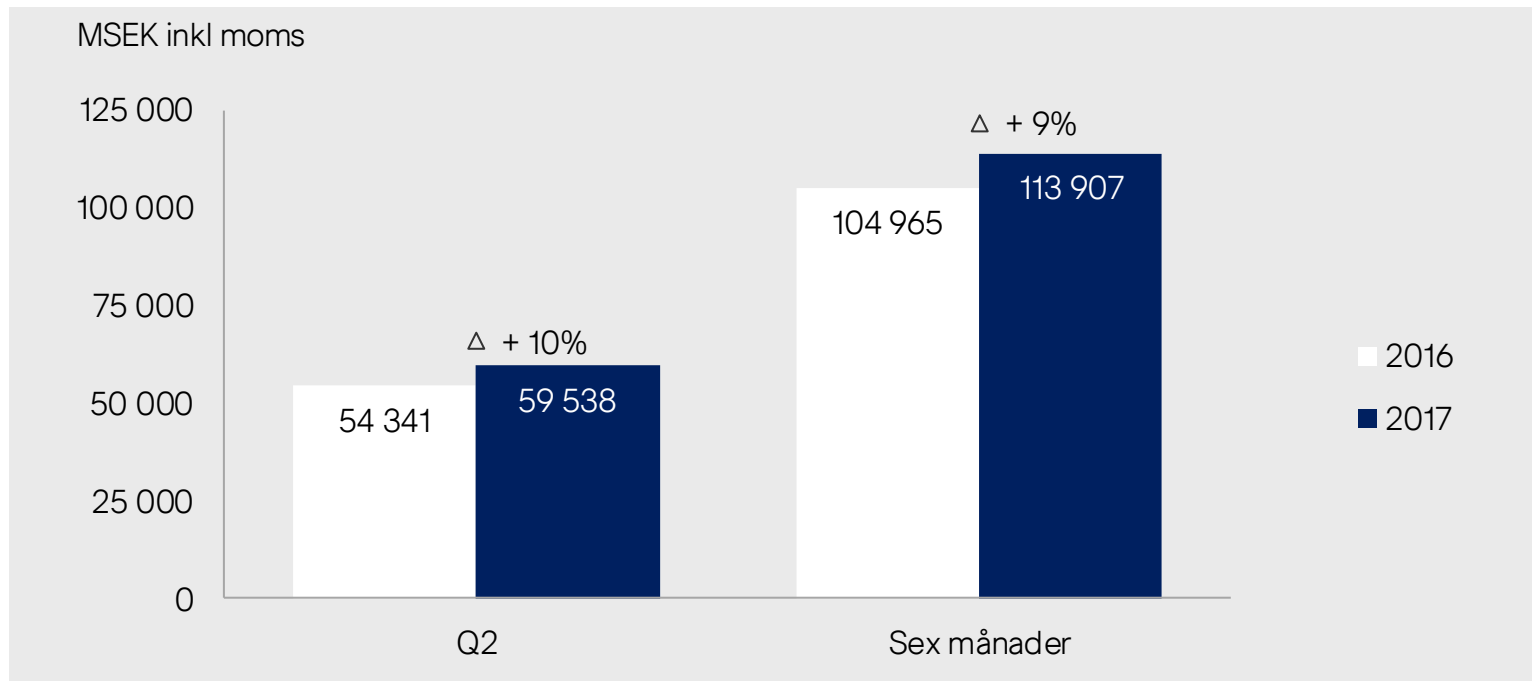
# ANDRA KVARTALET 2017

- Försäljning inklusive moms +10% till 59,5 miljarder SEK; +5% i lokala valutor
- Resultat efter finansiella poster 7,7 miljarder SEK, +10%
- Ökad digitalisering förändrar modehandeln
  - fortsatt snabb och lönsam tillväxt för H&M-gruppens onlinehandel
- Fortsatt mycket bra utveckling för COS, Monki, Weekday, & Other Stories och H&M Home

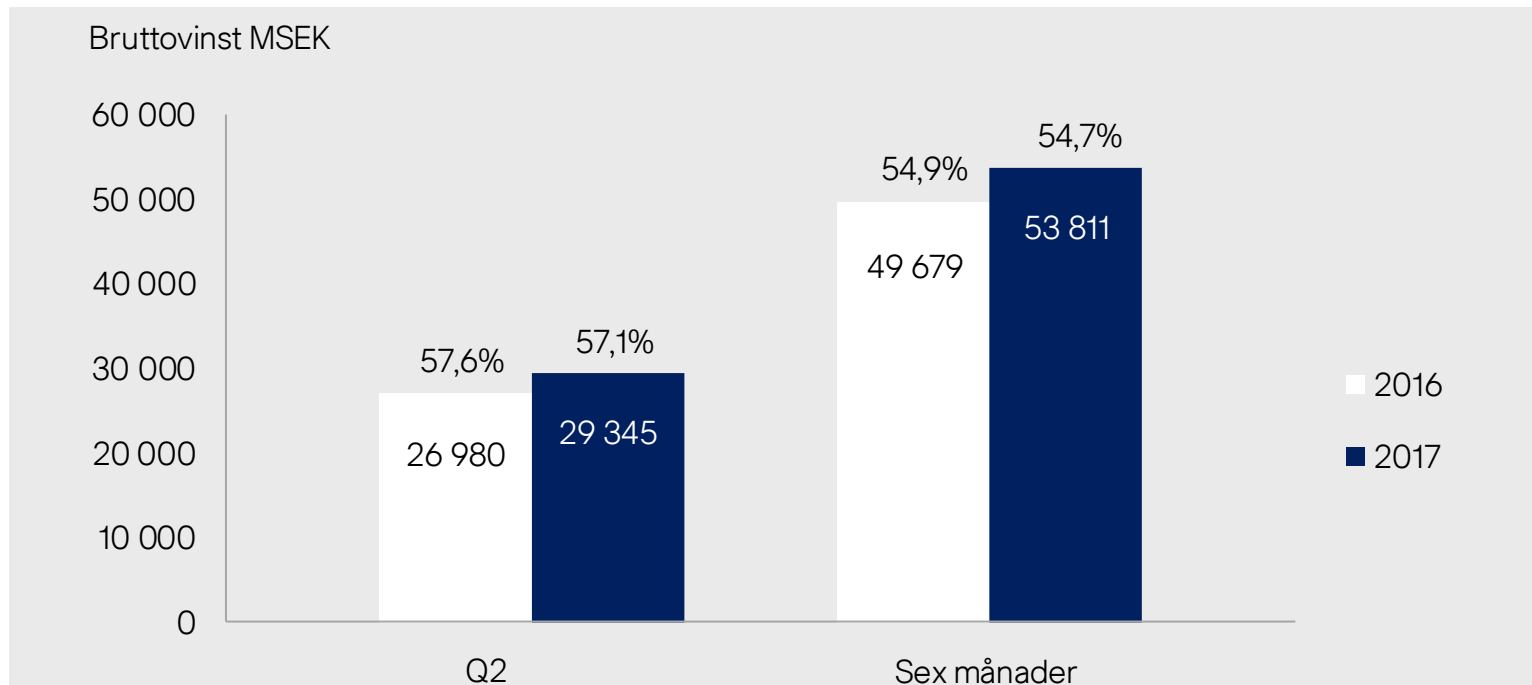
# FINANSIELLA DATA



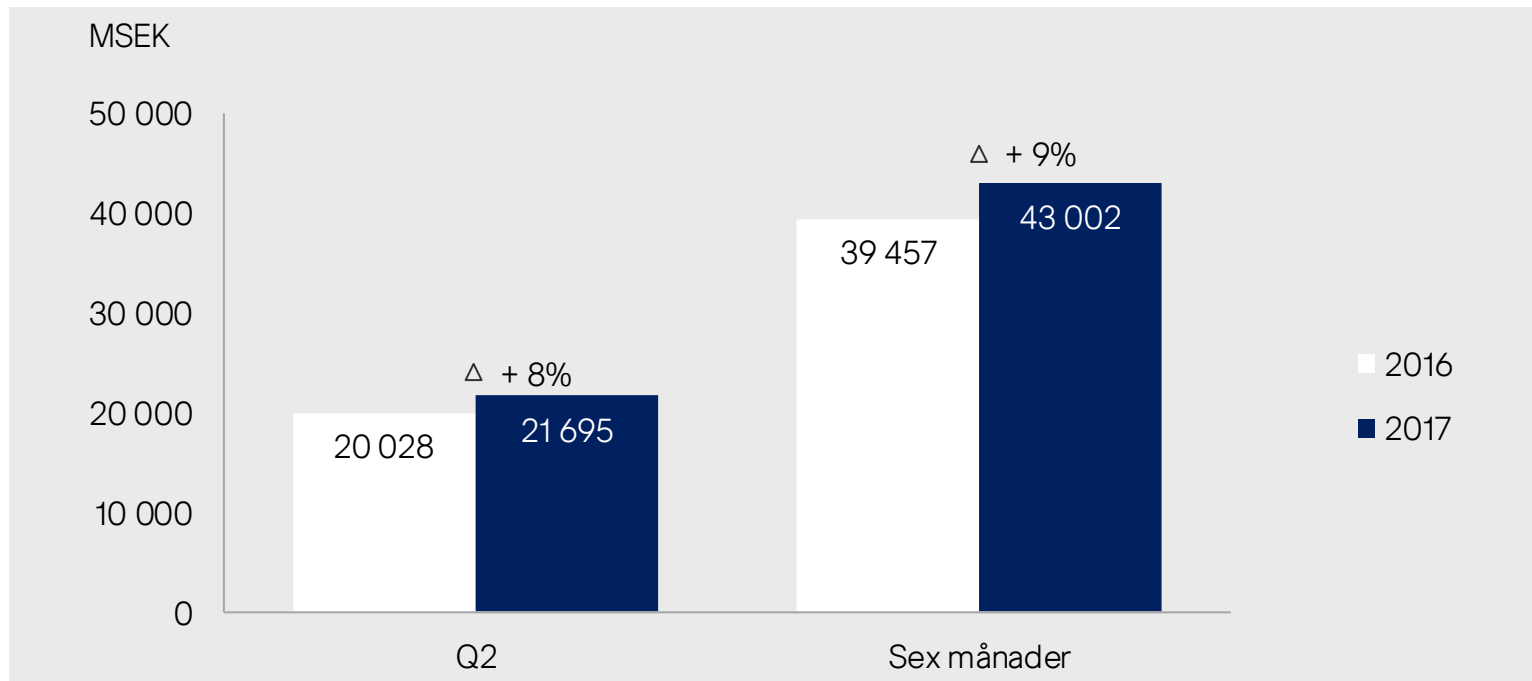
# FÖRSÄLJNING



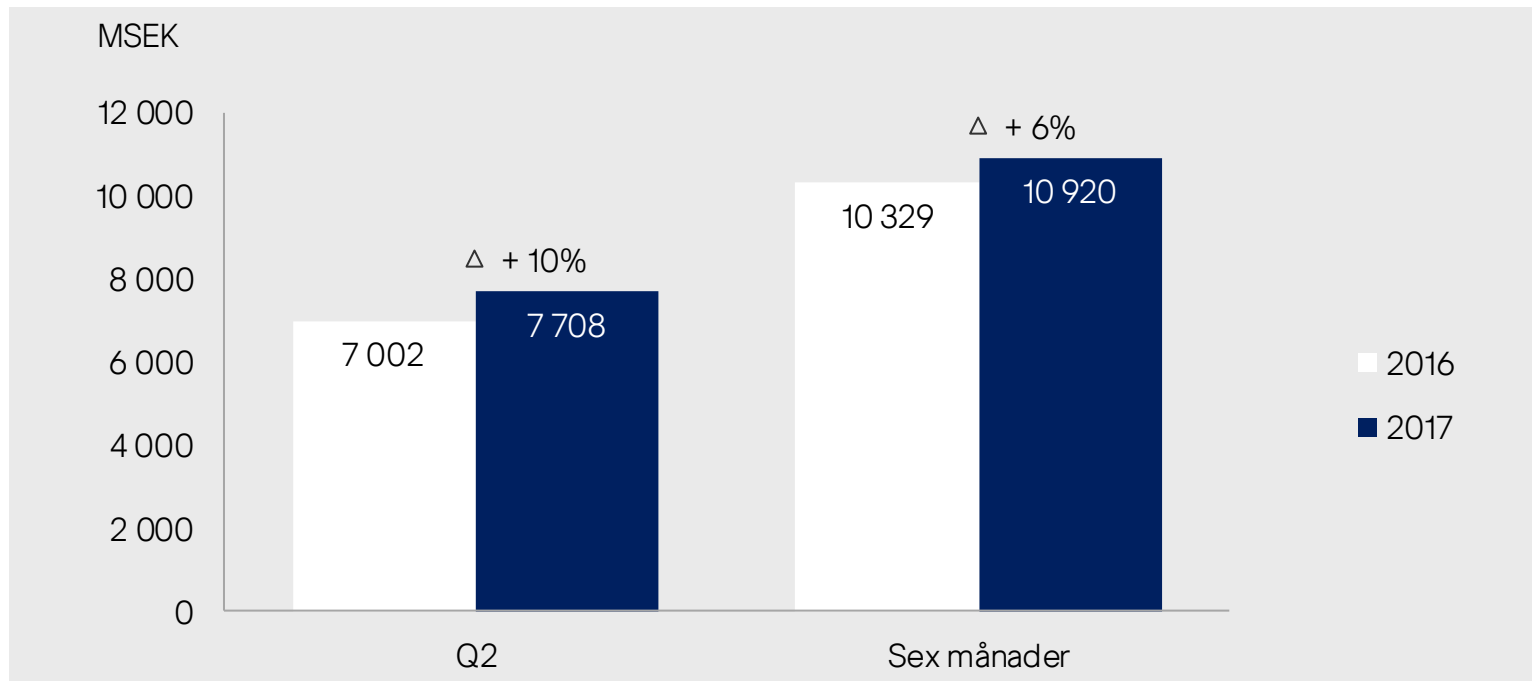
# BRUTTORESULTAT OCH BRUTTOMARGINAL



# FÖRSÄLJNINGS- OCH ADMINISTRATIONSKOSTNADER



# RESULTAT EFTER FINANSIELLA POSTER



# FÖRSÄLJNING OCH RESULTAT

ANDRA KVARTALET

| MSEK                              | 2017        | 2016        |
|-----------------------------------|-------------|-------------|
| Nettoomsättning                   | 51 383      | 46 874      |
| Bruttoresultat                    | 29 345      | 26 980      |
| <i>bruttomarginal, %</i>          | <i>57,1</i> | <i>57,6</i> |
| Rörelseresultat                   | 7 650       | 6 952       |
| <i>rörelsemarginal, %</i>         | <i>14,9</i> | <i>14,8</i> |
| Finansnetto                       | 58          | 50          |
| Resultat efter finansiella poster | 7 708       | 7 002       |
| Skatt                             | -1 811      | -1 645      |
| Periodens resultat                | 5 897       | 5 357       |
| <i>Resultat per aktie, SEK</i>    | <i>3:56</i> | <i>3:24</i> |



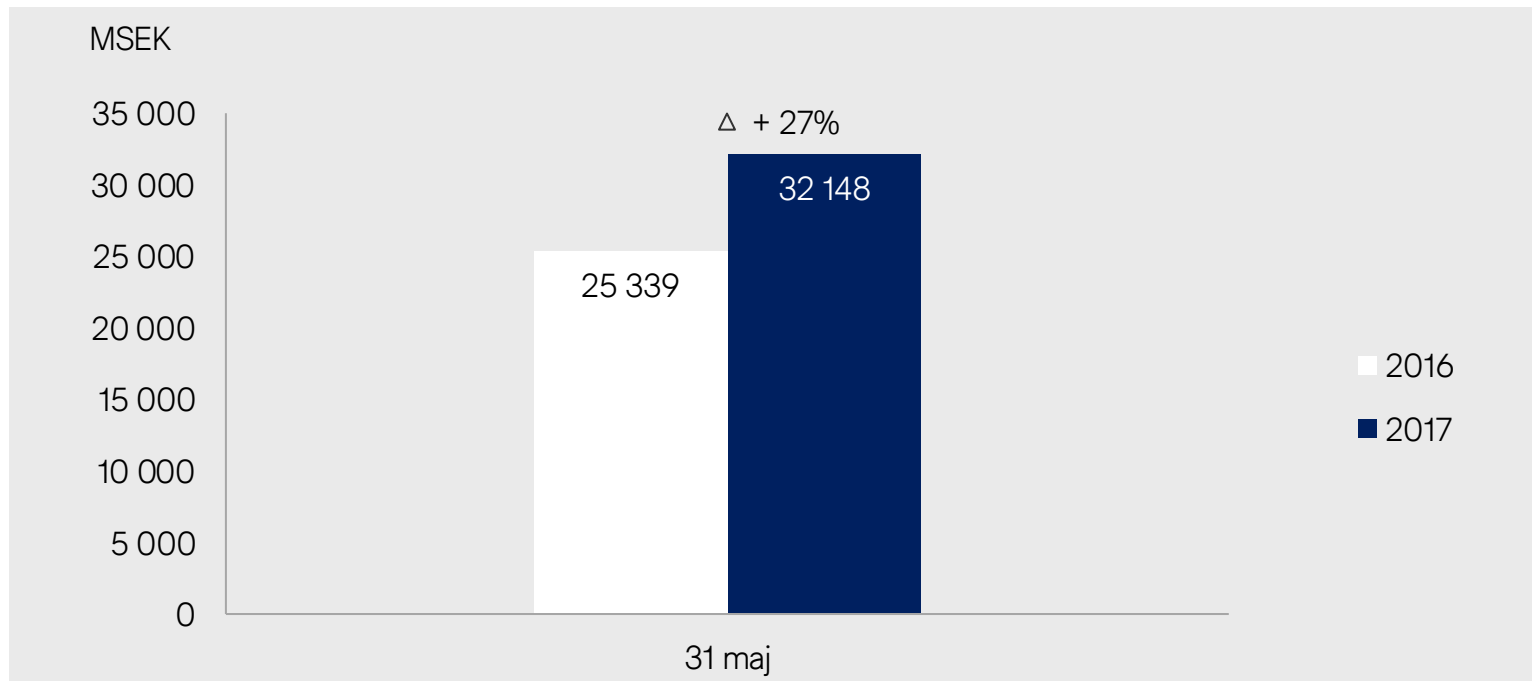
# NYCKELDATA

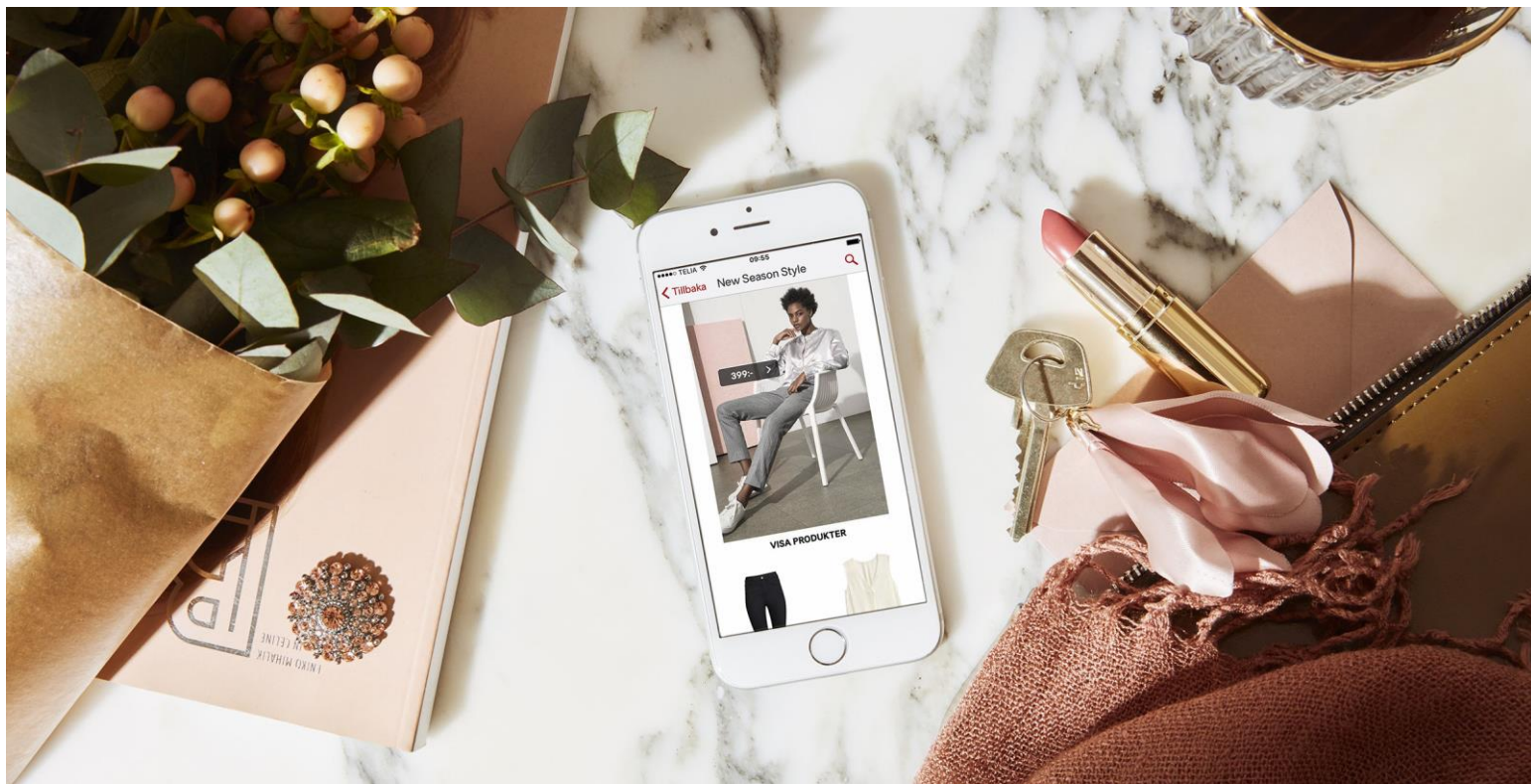
| MSEK                                       | 31 maj 2017 | 31 maj 2016 |
|--------------------------------------------|-------------|-------------|
| Varulager                                  | 32 148      | 25 339      |
| Kassaflöde från löpande verksamheten       | 10 942      | 12 566      |
| Investeringar                              | 5 528       | 5 633       |
| Likvida medel och kortfristiga placeringar | 10 655      | 8 387       |
| Avkastning på eget kapital, % *            | 37,7        | 39,0        |

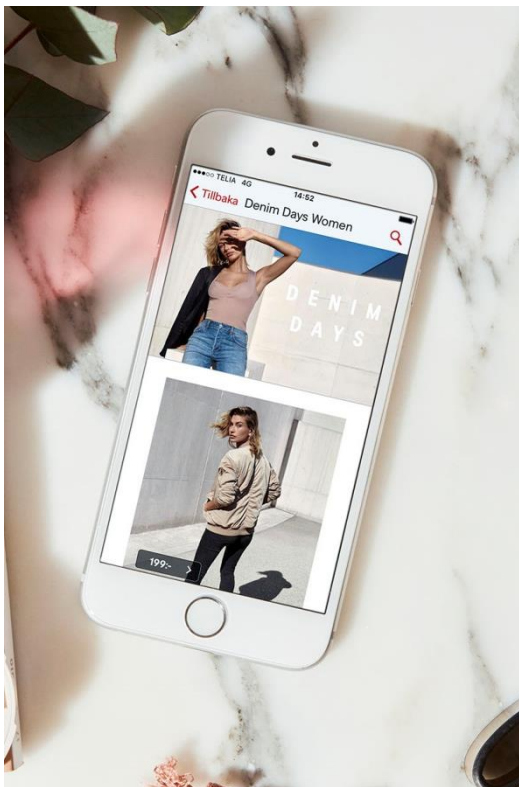
\* rullande 12 månader



# VARULAGER







# VÅRT ONLINE-ERBJUDANDE

- Förbättring, breddning och expansion av vårt online-erbjudande
  - fler och snabbare leveransalternativ
  - utökade betalningsmöjligheter
  - bredare sortiment
- 8 nya onlinemarknader för H&M 2017
  - Turkiet, Taiwan, Hongkong, Macao, Singapore och Malaysia öppnat under våren
  - Filippinerna och Cypern senare under året
- Indien en av flera nya onlinemarknader 2018





# EN INTEGRERAD KÖPUPPLEVELSE

- Vi integrerar våra fysiska butiker med onlinebutiken
  - för en enhetlig, smidig och inspirerande köpupplevelse
- Globalt butiksnät ger en unik närhet till kunderna
  - fysiska butiker skapar hubbar för snabba leveranser, hämtning och returer
  - försäljningskanalerna stärker varandra



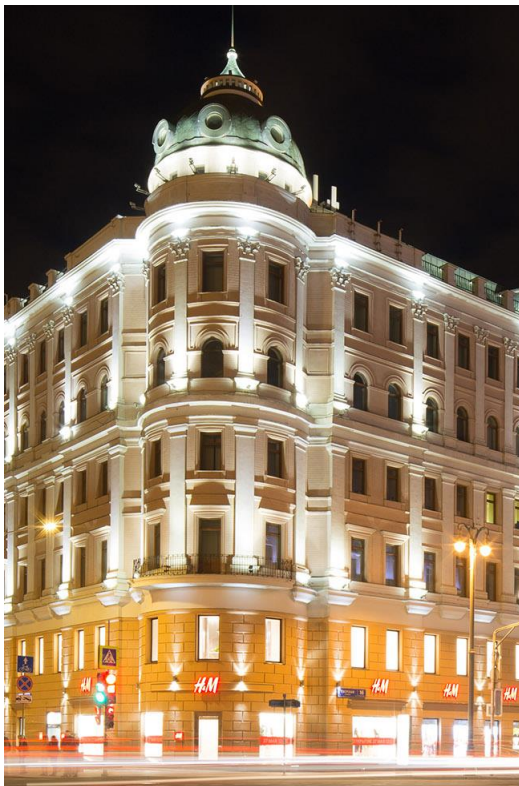
# ADVANCED ANALYTICS

- Investeringar i advanced analytics möjliggör ytterligare förbättringar gällande:
  - sortimentsutveckling
  - kvantifiering och allokering
  - personaliserad kommunikation



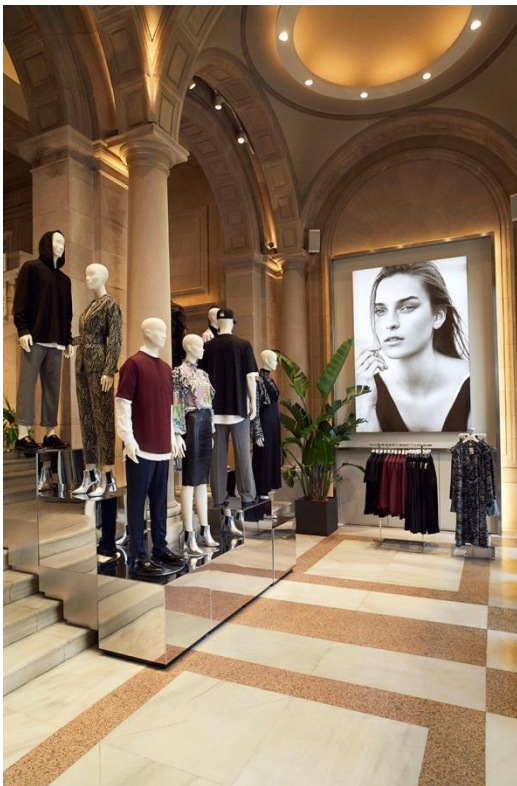
# OPTIMERING AV VÅR VARUFÖRSÖRJNING

- Optimering av varuförsörjningskedjan
  - investeringar med successiv utväxling
- Ökad snabbhet, effektivisering och flexibilitet



# LÖNSAM BUTIKSTILLVÄXT

- H&M-gruppen fortsätter att expandera på befintliga marknader och i nya länder
  - cirka 400 nya butiker netto planeras öppna 2017
  - tillväxtmarknader fokus för nya butiker
- Nya H&M-marknader 2017
  - Kazakstan och Colombia öppnat under våren, mycket positivt mottagande
  - Island, Georgien och Vietnam öppnar till hösten
- De första H&M-butikerna i Uruguay och Ukraina planeras öppna 2018



# OPTIMERING AV BUTIKSPORTFÖLJEN

- Utveckling och optimering av butiksportföljen
- Ombyggnationer, omlokaliseringar och tillägg av butiksyta
  - cirka 100 butiksstängningar under 2017
- Nytt visuellt uttryck H&M-butikerna med nytt visuellt uttryck
  - för en mer inspirerande butiksmiljö





# GLOBALA VARUMÄRKEN

- Vi utvecklar, lanserar och bygger nya globala varumärken
  - en viktig del av H&M-gruppens strategi
- COS omsättning cirka 10 miljarder SEK helåret 2017
  - lönsamhet i nivå med H&M-varumärket
- COS, & Other Stories, Monki, Weekday, Cheap Monday och H&M Home
  - bidrar till en allt större del av H&M-gruppens tillväxt och värde

# ARKET – NYTT VARUMÄRKE



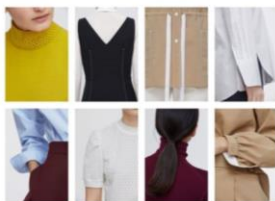
## Arket: The Ideal Everyday Uniform



By SCARLETT CORLON  
Scarlett is the Vogue Daily  
editor of Vogue.co.uk.

Friday 3 June 2017

The *Vogue* verdict on Arket? It's *really* good. Setting its sights on satisfying the reality of its customers' lifestyle demands and consciously incorporating sustainability into the foundations of every decision it makes from the ground up (rather than an after-thought that sounds good but means relatively little), the new concept store from the H&M group certainly lives up to the hype that we've been hearing of late. By the time it opens its London flagship in late August, it will have been two years and eight months in the making - time that has been spent considering every little detail of what the team behind it hopes will be a game changer on the high street.



BAZAAR Fashion Beauty Culture Brides Travel Bazaar at Work

## INTRODUCING H&M'S NEWEST BRAND: ARKET

*It's set to be your new favourite store*



By Emily Thornhill  
30 March 2017

496



Swedish fashion giant H&M is set to launch another new retail brand called Arket, reports *Business of Fashion*.

The new store will join H&M Home, COS, & Other Stories, Cheap Monday, Monki and Weekday under the H&M umbrella, as well as its flagship H&M brand. It will offer "a broad yet selected range of essentials for men women and children" in addition to a



*“The brand DNA is timeless, crisp, quality and warmth”*

"The brand DNA is timeless, crisp, quality and warmth," Bernhardt continued. "Timeless is style beyond trend. And crisp is the counterpart to that: to be always relevant, modern and fresh. Quality is not only the feel of garments; it's also how they are produced. Warmth is about being genuine and personal."

"Starting this project, a little bit over two years ago, we did quite extensive research and what we clearly saw was a broad customer base out there who are looking for classic, quality products in an environment that should be both simple and inspiring, but also putting our own fantastic design together with complementary brands," added Lars Axelsson, Arket's managing director. "Today the customer is very busy. They are looking for convenience, but also a place that they can really enjoy."



H&M new brand offering Arket | Source: Courtesy

NEWS

Arket: A First Look At The Debut Collection  
From H&M's New Brand

By Emma Firth 1 Jun 2017 15:30

And we finally have the first images from the debut collection:



1/6

We. Can't. Wait.

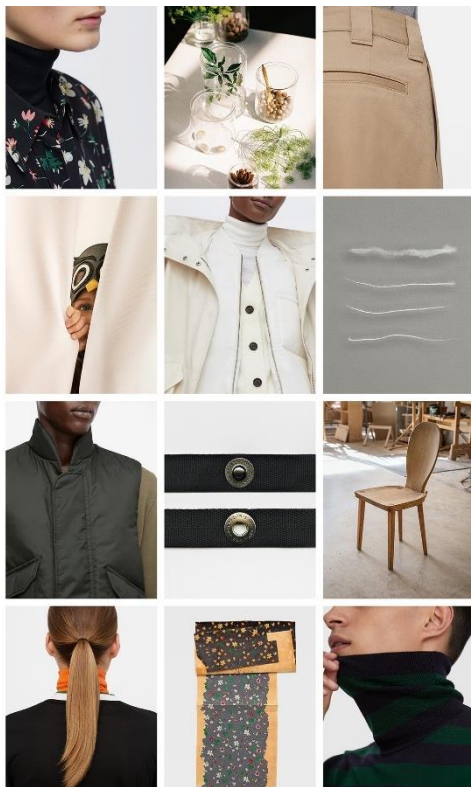


# LONDON



# KÖPENHAMN





# ARKET – NYTT VARUMÄRKE

- ARKET:s första butik öppnar i London samt på [arket.com](https://www.arket.com) i 18 europeiska länder
  - lansering efter sommaren 2017
- Ytterligare butiker öppnar under hösten
  - i London, Bryssel, Köpenhamn och München
- ARKET:s första butik i Sverige öppnar våren 2018
  - på Biblioteksgatan 9 i Stockholm



# SNABB TILLVÄXT ONLINE

- H&M-gruppens onlinehandel visar snabb tillväxt och god lönsamhet
  - står för 25-30% av total försäljning på vissa etablerade marknader
- Beräknad försäljningstillväxt online minst 25% per år framöver samt lönsamhet i nivå med fysiska butiker



# UTVECKLING I HÖGT TEMPO

- Satsningar för fortsatt lönsam tillväxt många år framöver
- Vi utvecklar vår verksamhet med kvalitet i ett högt tempo
- Stärker H&M-gruppens position ytterligare
  - på en växande marknad i snabb förändring





H & M Hennes & Mauritz AB