ÅRSSTÄMMA 2010

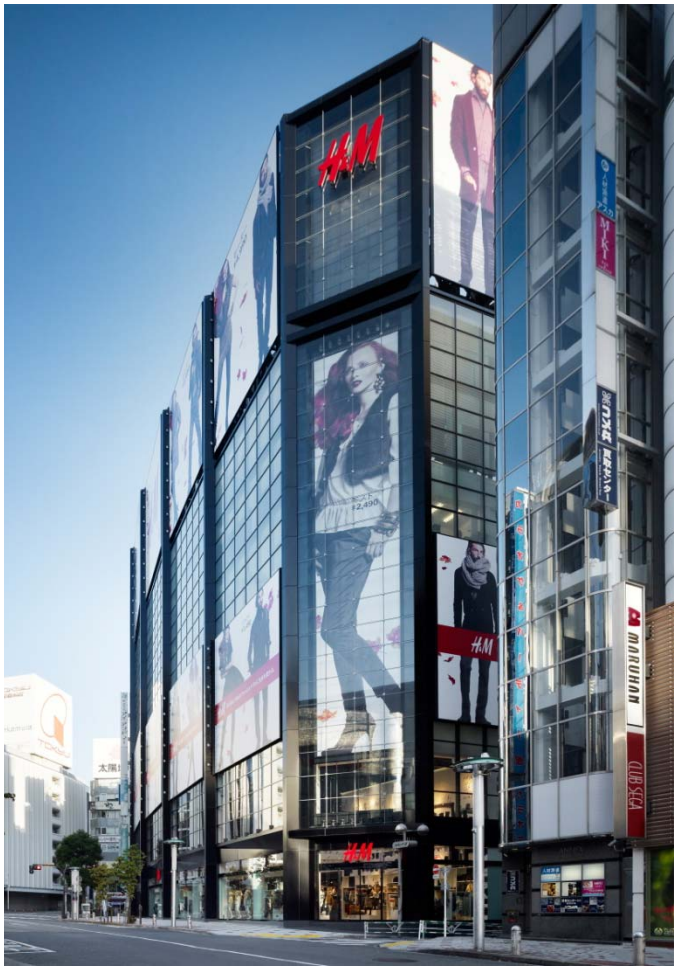
- KARL-JOHAN PERSSON
  VD

2009 I SIFFROR

- Omsättning 101 miljarder kronor exklusive moms (+15%)
- Bruttomarginal 61,6 procent
- Rörelsemarginal 21,3 procent
- Resultat efter skatt 16,4 miljarder kronor (+7%)
- Resultat per aktie 19:80 kronor

RYSSLAND

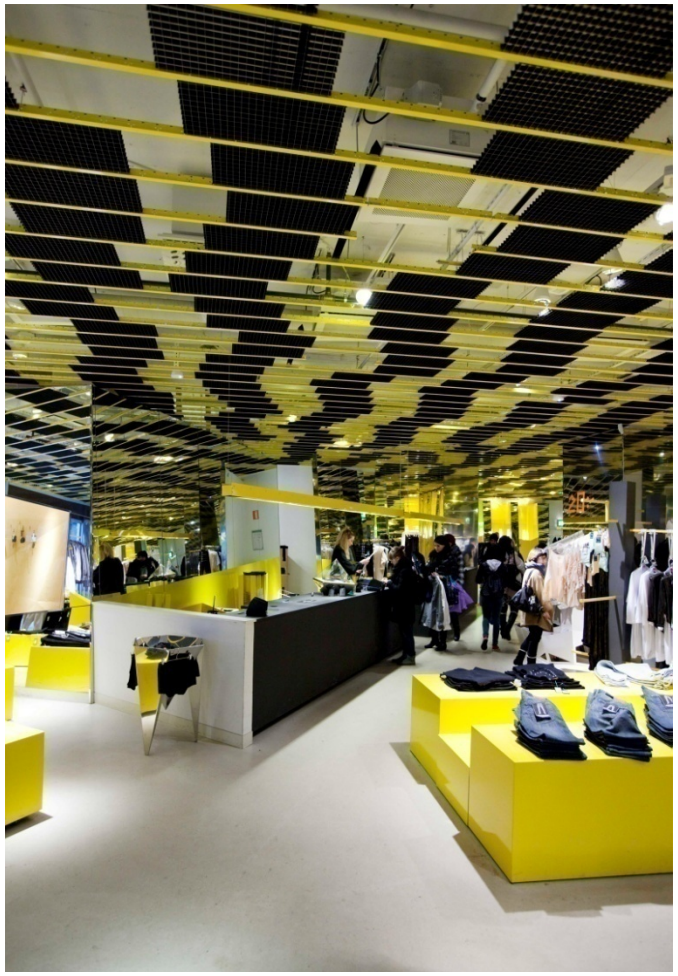
KINA OCH JAPAN



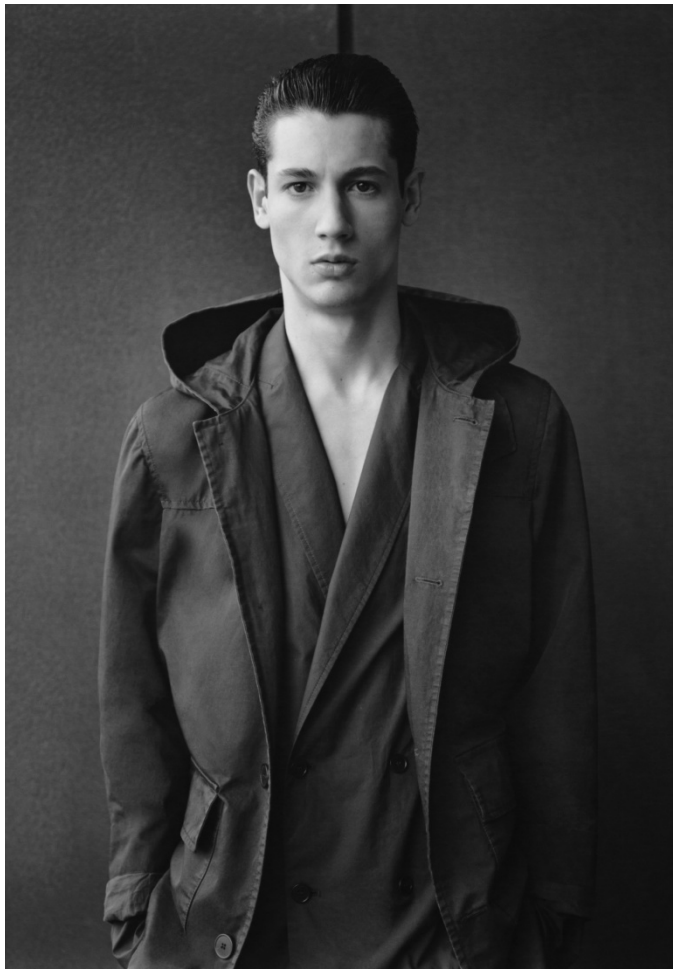
USA

NYA BUTIKER

MONKI OCH WEEKDAY



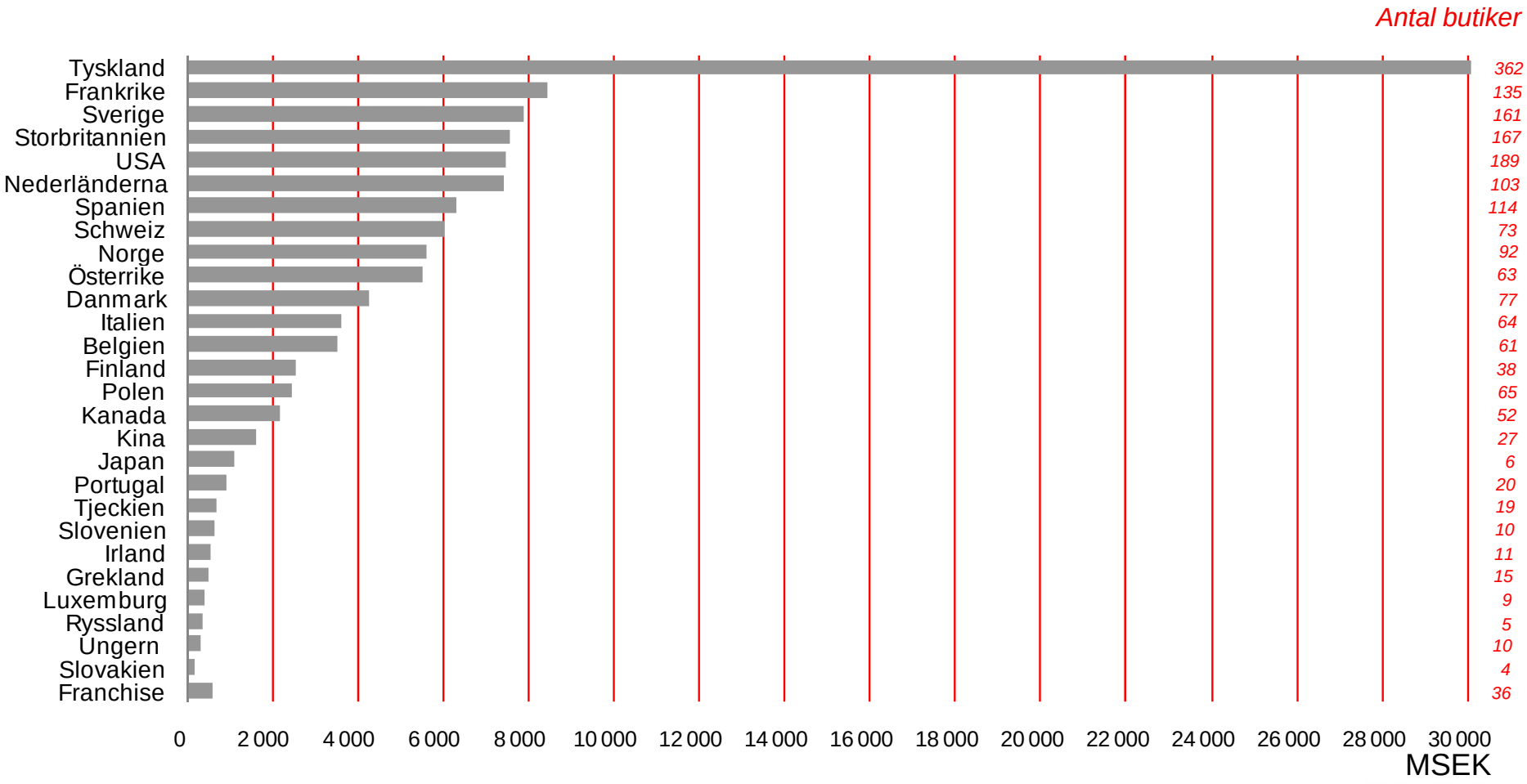
COS



H&M HOME

FÖRSÄLJNING PER MARKNAD

HELÅR 2009 (INKLUSIVE MOMS)

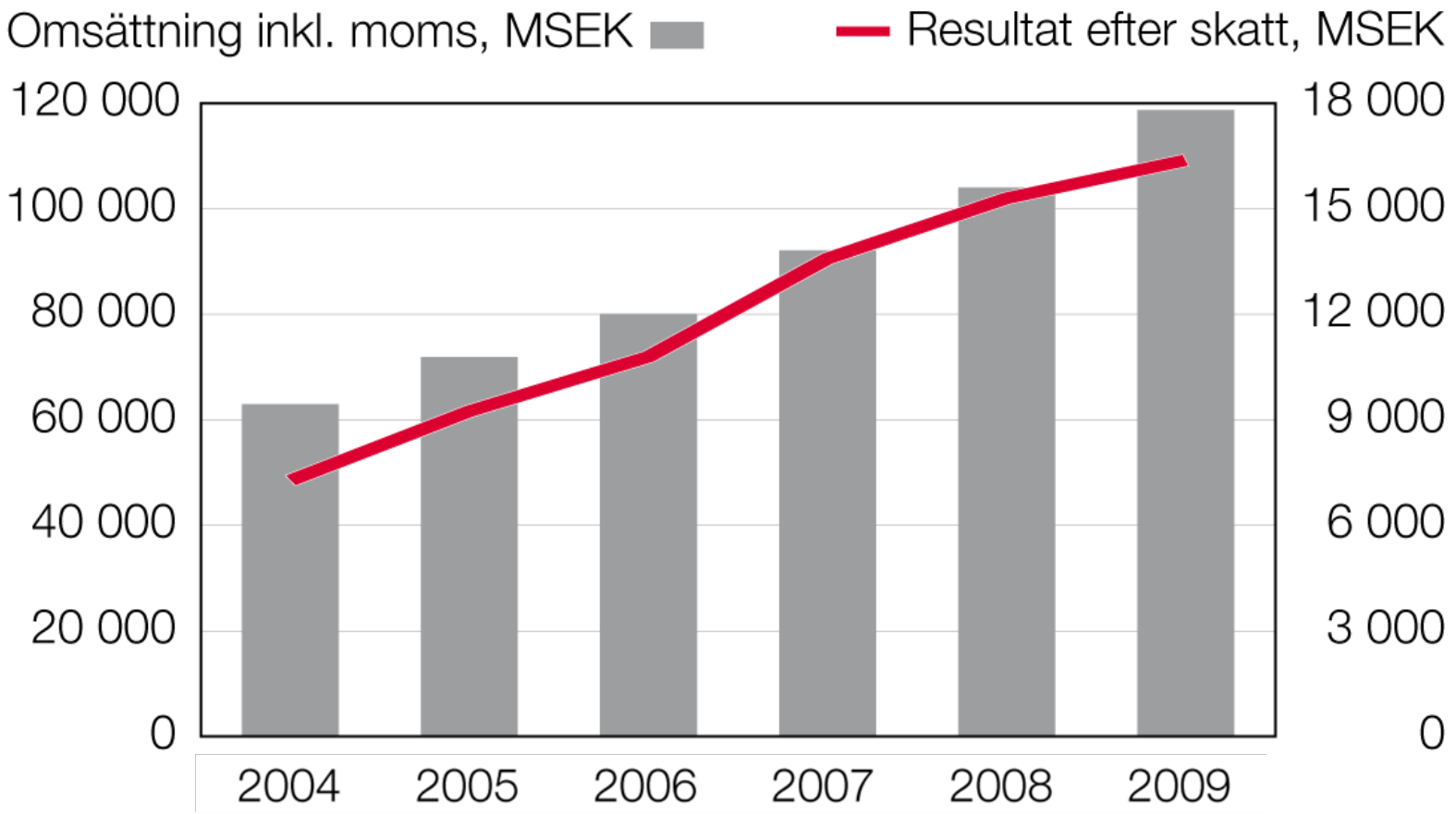


FÖRSTA KVARTALET 2010

- Omsättning 24,8 miljarder kronor exklusive moms (+7%)
  - lokala valutor +13 procent
  - jämförbara enheter +2 procent
- Bruttoresultat 15,4 miljarder kronor
  - bruttomarginal 61,9 procent
- Resultat efter finansiella poster 5,1 miljarder kronor (+42%)
- Vinst efter skatt 3,7 miljarder kronor

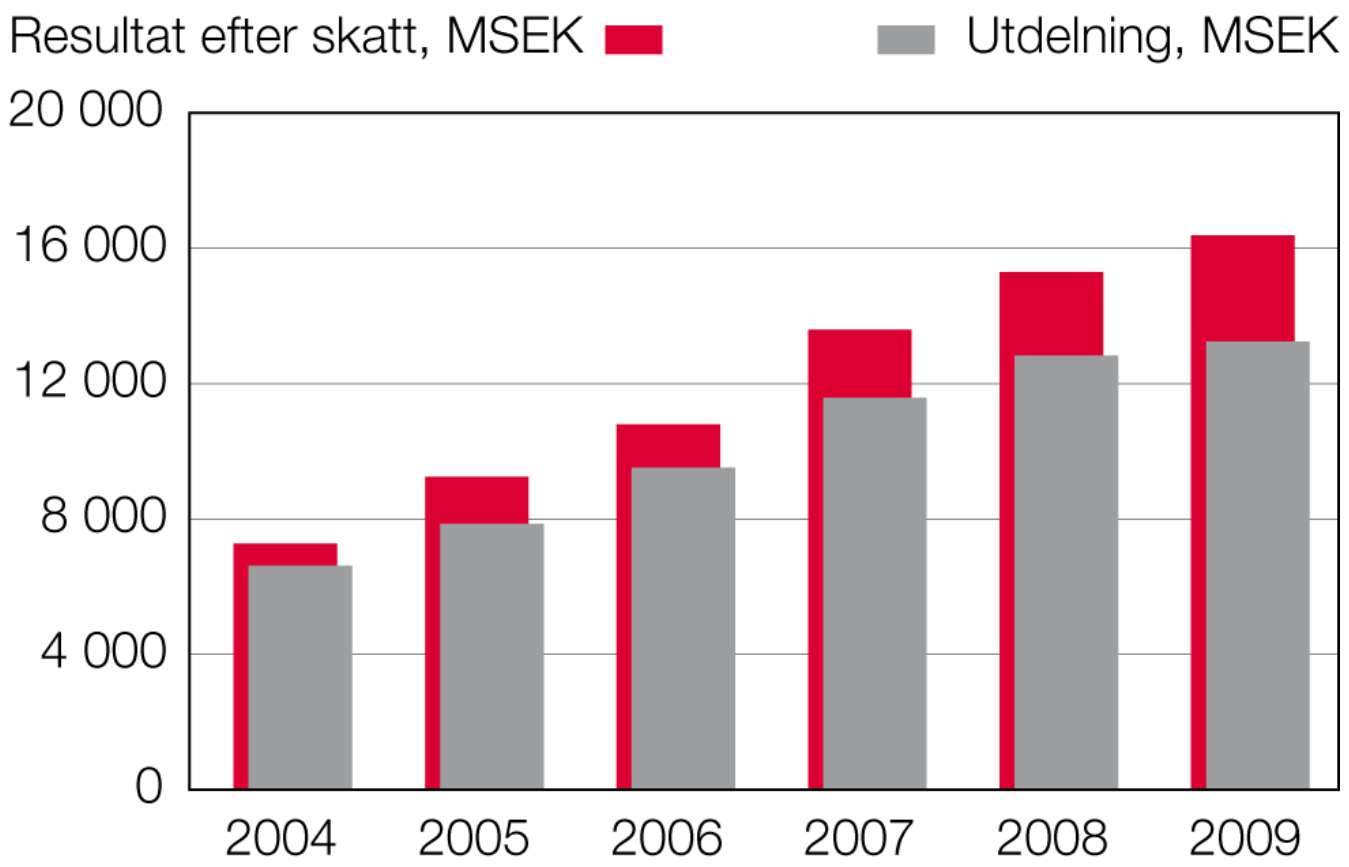
RESULTATUTVECKLING

2004 – 2009



UTDELNINGSUTVECKLING

2004 – 2009



KOLLEKTIONERNA

VÅRT ANSVAR

- Goda arbetsförhållanden
- Ny hållbarhetsstrategi 2009
- Uppförandekod för långsiktiga förbättringar
- *All for Children* tillsammans med UNICEF
- Vattenhantering och minskade koldioxidutsläpp prioriterat

ENGAGERADE MEDARBETARE

- 76 000 medarbetare
- Tro på individen
- Ständiga förbättringar
- H&M-andan stark
- Engagerade medarbetare förutsättning för tillväxt

H&M 2010

- Mål: Ökad försäljning med fortsatt hög lönsamhet
- Långsiktighet prioriterat
- Nettotillskott cirka 240 butiker
  - varav 12 COS-butiker samt 25 Monki- och Weekdaybutiker
  - nya H&M-butiker främst i USA, Storbritannien, Kina, Frankrike, Tyskland och Italien
  - Sydkorea och Israel nya marknader

OSAKA – JAPAN

H&M 2010

- Fortsatta satsningar
  - COS
  - Monki och Weekday
  - H&M Home
  - distanshandel i Storbritannien
- Attraktiva erbjudanden och kommersiella kollektioner

H & M Hennes & Mauritz AB