



H&M

ÅRSREDOVISNING
2014

Klänning
999:–

Kavaj
199:–







A full-body photograph of a man with dark hair, a beard, and extensive tattoos on both arms. He is wearing a white, long-sleeved, button-down shirt with the sleeves rolled up and dark trousers. He is standing in a studio setting with a grey background and a vertical light source on the left. The text 'Skjorta 199:–' is overlaid on the right side of the image.

Skjorta
199:–

Tröja
199:-



Innehåll

H&M I ORD OCH BILD

Detta är H&M	8
Vd-ord	10
2014 i korthet	12
Våra varumärken	16
Hållbar utveckling	36
Våra medarbetare	42
Expansion	46
Historia	54

H&M I SIFFROR

Förvaltningsberättelse	60
Koncernens resultaträkning	66
Koncernens rapport över totalresultat	66
Koncernens balansräkning	67
Koncernens förändring i eget kapital	68
Koncernens kassaflödesanalys	69
Moderbolagets resultaträkning	70
Moderbolagets rapport över totalresultat	70
Moderbolagets balansräkning	71
Moderbolagets förändring i eget kapital	72
Moderbolagets kassaflödesanalys	73
Noter till de finansiella rapporterna	74
Årsredovisningens undertecknande	90
Revisionsberättelse	91
Bolagsstyrningsrapport inklusive styrelsen	92
Revisors yttrande om bolagsstyrningsrapporten	104
Fem år i sammandrag	106
H&M-aktien	107
Ekonomisk information och kontaktuppgifter	108

— DETTA ÄR H&M —

Mode och kvalitet till bästa pris

H&M är ett ledande globalt modeföretag med starka värderingar och en tydlig affärsidé. I fokus står passionen för mode, tron på människors förmåga och strävan att alltid överträffa kundernas förväntningar – och att göra det på ett hållbart sätt.



**H&M:s
affärsidé är
att erbjuda
mode och
kvalitet till
bästa pris.**

KUNDERBJUDANDE

H&M gör hållbart mode med bra kvalitet tillgängligt för människor världen över. Med passion för design, fokus på kvalitet och ett målinriktat hållbarhetsarbete strävar H&M efter att hela tiden ha det bästa kund-erbjudandet på varje enskild marknad, och i detta ingår dessutom att erbjuda kunderna bästa pris.

Med flera varumärken och koncept erbjuder H&M ett brett och varierat sortiment av inspirerande mode som ger kunderna möjlighet att utforska och utveckla sin personliga stil. H&M:s kollektioner vänder sig till dam, herr, ungdom och barn. I sortimentet ingår också sportmode och underkläder, liksom skor, accessoarer och kosmetik samt heminredning från H&M Home.

Erbjudandet kompletteras av flera självständiga modevarumärken med egna identiteter: COS, & Other Stories, Monki, Weekday och Cheap Monday.

HÅLLBAR UTVECKLING

H&M:s ambition är att vara det mer hållbara alternativet för dagens alltmer medvetna kunder. H&M:s satsningar på sociala förbättringar och minimerad miljöpåverkan sträcker sig därför längs produkternas hela livscykel – från att använda naturresurser ansvarsfullt till att säkerställa goda arbetsförhållanden i leverantörsledet. Att arbeta för mer hållbar bomullsodling och att erbjuda kunderna plaggåtervinning globalt är andra exempel på H&M:s hållbarhetsarbete. Hållbarhetsarbetet är en investering i kunderbjudandet och en förutsättning för H&M:s långsiktiga tillväxt och utveckling. Därför är hållbarhet integrerat i hela verksamheten.

H&M guidas av starka gemensamma värderingar.

H&M-ANDAN

H&M guidas av starka gemensamma värderingar, som vilar på en grundläggande respekt för individen och tron på varje människas förmåga att ta egna initiativ. Värderingarna har funnits med sedan den allra första butiken öppnade 1947 och fungerar fortfarande som riktmärke för allt arbete i företaget. De gemensamma värderingarna sammanfattas i H&M-andan, som gör H&M till en unik arbetsplats för medarbetare världen över.

LÅNGSIKTIG EXPANSION

H&M växer framgångsrikt på befintliga marknader och i nya länder – med samtliga varumärken och med nya koncept. Expansionen är långsiktig och sker via butiker såväl som online. Målet är att öka antalet butiker med 10–15 procent per år.

Över
132 000
medarbetare

3 511
butiker

55
länder

Omsättning
inkl. moms
176,6
miljarder kronor

Vinst efter skatt
20
miljarder kronor



H&M öppnade 379 nya butiker netto och fyra nya onlineländer 2014.

H&M

COS

& other Stories

MONKI

**MTWTFSS
WEEKDAY**

**CHEAP
MONDAY**

Engagerade medarbetare är nyckeln till vår framgång

Väl mottagna kollektioner för alla våra varumärken och snabb expansion i butik och online – 2014 var ett mycket bra år för H&M med en stark försäljning och lönsamhet. Vi fortsätter att skapa mervärde för våra kunder och att investera i ett ännu starkare H&M. Nu öppnar vi 400 nya butiker netto och nio nya onlineländer 2015.

2014 var ett mycket bra år för H&M och jag vill börja med att tacka alla medarbetare världen över för ett fantastiskt teamwork. Vi har, som alltid, jobbat intensivt för att ge våra kunder ett ännu bättre erbjudande, där varje plagg har skapats med stor passion för mode, fokus på kvalitet och drivkraften att hela tiden ge kunderna ännu mer värde för pengarna, och dessutom göra det på ett hållbart sätt.

Med väl mottagna kollektioner för alla våra sex varumärken och en fortsatt stark expansion inom både butik och online, fortsatte vi att ta marknadsandelar under 2014 och vi stärkte vår marknadsposition ytterligare. Under helåret ökade vår försäljning med 14 procent i lokala valutor och 18 procent i svenska kronor till 176,6 miljarder kronor inklusive moms, på en alltså utmanande klädmarknad. Årets resultat efter skatt ökade med 17 procent till 20 miljarder kronor.

H&M-ANDAN

Tillväxten gör att vi kan välkomna allt fler medarbetare världen över. Under 2014 började 16 000 nya medarbetare hos oss och vi är nu över 132 000 som jobbar inom H&M-koncernen.



Karl-Johan Persson, vd.

När jag reser runt i världen är det så fantastiskt att träffa alla kollegor som brinner för H&M och det vi gör. Våra medarbetare och H&M-andan, som är våra gemensamma värderingar, är nyckeln till vår framgång. Och årets goda resultat gör att vi avsett 303 miljoner kronor till våra medarbetares belöningsprogram HIP, H&M Incentive Program. HIP, som startades för några år sedan, vänder sig till alla medarbetare i H&M-koncernen – oavsett position,

lön, land, hel- eller deltid – och syftar till att uppmärksamma medarbetarnas dagliga och långsiktiga engagemang. I takt med att vi expanderar blir också de många spännande karriärmöjligheter som finns globalt inom koncernen allt fler, och för medarbetarna innebär det stora möjligheter att växa och utvecklas tillsammans med H&M.

NYA ONLINEMARKNADER

Vi är ett företag som agerar långsiktigt och investerar för framtiden. Under 2014 fortsatte vi med våra långsiktiga satsningar för att bygga ett ännu starkare H&M för kommande år och säkra framtida expansion. Vi har satsat inom IT, online, nya varumärken och breddning av produktsortimentet. Samtidigt som dessa långsiktiga investeringar fortsätter, ser vi nu att våra satsningar inom bland annat online börjar bära frukt. Under 2014 öppnade vi vår onlinebutik på ytterligare fyra nya stora marknader: Frankrike, Italien, Spanien och Kina. Självklart har dessa öppningar i kombination med ytterligare förbättringar inom vår online-shopping på befintliga marknader i USA och Europa bidragit till årets goda

försäljningsutveckling. Vi rullar nu ut H&M:s online-butik till nio nya marknader under 2015: Belgien, Bulgarien, Tjeckien, Ungern, Polen, Portugal, Rumänien, Slovakien och Schweiz.

SNABB BUTIKSEXPANSION

Med flera varumärken och koncept erbjuder vi kunderna ett brett och varierat sortiment av inspirerande mode. Vi har i dag över 3500 butiker i 55 länder, och vi ser att vårt kunderbjudande uppskattas lika mycket i de stora modemetropolerna som i små och medelstora städer.

Vi expanderar inom vårt mål att öka antalet butiker med 10–15 procent per år. Under 2014 öppnade vi 379 nya butiker netto – vilket är mer än en ny butik per dag. Detaljhandeln är en bransch i konstant utveckling, kunderna söker ständigt nya intryck, och vi arbetar hela tiden med att förhöja butiksoplevelsen för våra kunder. Bland annat har vi öppnat flera nya flaggskeppsbutiker på fantastiska lägen, till exempel i Shanghai, Milano, München och New York, för att nämna några. En av årets allra finaste butiker öppnades i Melbourne i april 2014 då vi tog steget till

Australien. Även Filippinerna blev nytt H&M-land 2014 i och med öppningarna av de första butikerna i Manilla under hösten. Responsen från kunderna har varit mycket positiv på båda dessa nya marknader.

Under 2015 kommer vi att öppna cirka 400 nya butiker netto. Nya H&M-marknader för 2015 planeras bli Taiwan, Peru, Macao, Sydafrika och Indien. Störst expansion sker på befintliga marknader där det fortfarande finns stora möjligheter för oss att växa vidare. Kina och USA kommer återigen att bli våra största expansionsmarknader.

Expansionen omfattar alla våra varumärken: H&M, COS, & Other Stories, Monki, Weekday och Cheap Monday. COS har haft en stark utveckling sedan starten 2007 och är i dag ett internationellt etablerat modevarumärke med 114 butiker i 25 länder.

Bara under 2014 tillkom sex nya marknader för COS. Vårt allra nyaste modevarumärke & Other Stories, som lanserades 2013, har också vuxit snabbt och har redan butiker i tio länder. Både & Other Stories och COS planerar att öppna ännu fler butiker under 2015 jämfört med 2014.

BREDDAT PRODUKTSORTIMENT

Vi utvecklar också vårt kund-erbjudande genom att bredda H&M:s produktsortiment. I början av 2014 lanserade vi framgångsrikt H&M Sport och under hösten lanserades successivt vårt utökade skosortiment i utvalda H&M-butiker och online. Heminredningskonceptet H&M Home är ett annat exempel på hur vi breddat vårt utbud. H&M Home växer i snabb takt och för 2015 planeras ytterligare ett hundratal nya H&M Home-avdelningar och tio nya marknader.

Ett ytterligare steg i att utöka H&M:s produktsortiment är att vi under hösten 2015 börjar lansera H&M Beauty – ett nytt och brett koncept inom make-up, kropps- och hårvård av hög kvalitet till bästa pris i specialframtagen design. H&M Beauty kommer redan i år att lanseras i cirka 900 H&M-butiker på cirka 40 marknader samt på våra onlinemarknader.

HÅLLBAR UTVECKLING

Vi arbetar hela tiden med att ge mervärde till våra kunder och vi bedriver därför i vår strävan efter ständiga förbättringar ett



Medarbetare i Manilla framför H&M:s första butik i Filippinerna.

Årets goda resultat gör att 303 miljoner kronor har tillförts HIP, belöningsprogrammet för alla våra medarbetare.

omfattande hållbarhetsarbete. Våra kunder ska alltid veta att det man handlar hos oss är framtaget med största möjliga hänsyn till människor och miljö. Vi vill bidra positivt till utvecklingen i världen, och vi vill fortsätta att vara en attraktiv arbetsgivare för engagerade medarbetare. Hållbarhetsarbetet är affärsmässigt viktigt för oss och är därför helt integrerat i vår verksamhet.

Exempel på hållbara satsningar som vi tror kommer att göra stor skillnad på sikt är vårt arbete med att sluta kretsloppet för textil-fibrer, liksom vårt samarbete med andra företag för att ta fram en branschstandard för märkning av plagg – där kunderna tydligt kan se vilken social och miljömässig påverkan som är kopplad till ett visst plagg och sporra oss till ytterligare förbättringar. Ytterligare ett exempel är vår plan för

att på inköpsmarknaderna bidra till att arbetsmarknadsparterna inom textilindustrin utvecklar fungerande strukturer för rättvisa levnadslöner.

Glädjande och inspirerande för oss är också att H&M:s hållbarhetsarbete uppmärksammas av flera externa bedömare. Bland annat fick H&M under 2014 ta emot utmärkelsen "Fairness Award" av Global Fairness Initiative, och för fjärde året i följd utnämndes H&M av Ethisphere Institute till ett av världens mest etiska företag.

Läs gärna mer om vårt hållbarhetsarbete i vår H&M Conscious Actions Sustainability Report på hm.com

UTBLICK

Vi tror mycket på det vi gör och vi har ännu ett spännande år framför oss med nya möjligheter

och utmaningar. Det finns alltid faktorer i omvärlden som påverkar oss, till exempel har US-dollar kursen sedan i höstas stärkts kraftigt gentemot de flesta valutor, inklusive euron. Även om den allt dyrare US-dollar kommer att påverka våra inköpskostnader kommer vi att se till att vi alltid har det bästa kunderbjudandet på varje enskild marknad när det gäller mode, kvalitet, pris och hållbarhet, vilket är grunden i vår affärsidé.

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

— 2014 I KORTHET —

Årets höjdpunkter

2014 var ett spännande modeår med nya personliga uttryck, mer hållbart mode och inspirerande butiksoplevelser. Australien och Filippinerna blev nya H&M-marknader och onlinebutiken hm.com öppnade i fyra nya länder, däribland Kina.



JANUARI

NYA H&M SPORT BOOSTAR TRÄNINGEN

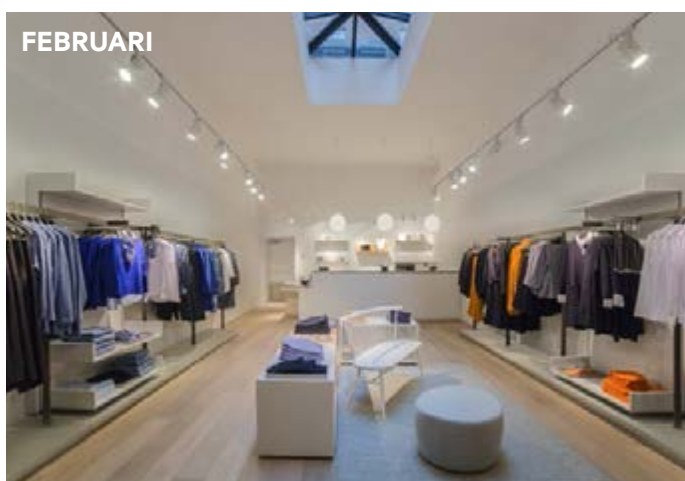
2014 gick startskottet för nya H&M Sport, ett breddat och förnyat sortiment med sportmode. H&M Sport erbjuder moderiktiga sportplagg i funktionsmaterial för hela familjen och för flera olika träningsformer.



FEBRUARI

H&M STUDIO UNDER PARIS MODEVECKA

H&M:s visning under Paris modevecka lockade 600 inbjudna till Grand Palais där gäster som Miranda Kerr, Jessica Alba och Solange Knowles fick se höstens nya signaturplagg i kollektionen H&M Studio A/W14.



FEBRUARI

COS TILL SEX NYA LÄNDER 2014

COS växer snabbt och öppnade i sex nya länder under 2014. Schweiz blev ny marknad i februari följt av USA, Portugal, Sydkorea, Japan och Australien. COS finns med 114 butiker i 25 länder och online på 19 marknader.



FEBRUARI

SLUTET KRETSLOPP FÖR TEXTILIER

Med Garment Collecting tar H&M-butiker globalt emot gamla plagg, oavsett skick och märke, för återanvändning och återvinning. 2014 lanserade H&M de första plaggen med återvunna fibrer från insamlingen.



FYRA NYA ONLINELÄNDER FÖR H&M 2014

Onlinebutikerna gör H&M:s mode ännu mer tillgängligt. Under 2014 välkomnade hm.com kunder i ytterligare fyra nya, stora länder: Frankrike i mars, Italien och Spanien i augusti samt Kina i september.



H&M CONSCIOUS EXCLUSIVE

H&M Conscious Exclusive är en välarbetad, nyskapande kollektion tillverkad av mer hållbara material som ekologisk bomull, återvunnen polyester och Tencel®. Nytt för 2014 var ekologiskt läder och sidan.



NYA MARKNADER FÖR & OTHER STORIES

Modevarumärket & Other Stories har fått ett fantastiskt mottagande sedan lanseringen 2013. I maj 2014 blev Belgien ny butiksmarknad och i oktober öppnades de första butikerna i USA och Nederländerna.



AUSTRALIEN NY H&M-MARKNAD

Australien blev ny H&M-marknad med öppningen av en storslagen flaggskeppsbutik i den historiska byggnaden General Post Office i Melbourne. Över 3000 kunder köade för att få handla på H&M på öppningsdagen.



MONKI OCH CHEAP MONDAY VÄXER

H&M växer med alla varumärken. Malaysia blev ny marknad för Monki 2014 och även Cheap Monday har expanderat i Asien, med butiker i Kina. I april öppnade Cheap Monday också den första egna butiken i Paris.



SAMARBETE I KAMBODJA

H&M startade tillsammans med Sida, IF Metall och ILO ett nytt program i Kambodja för att bidra till att fler kollektivavtal tecknas i textilindustrin, samt till ett förbättrat samspel på arbetsmarknaden.



H&M OCH JEFF KOONS PÅ FIFTH AVENUE

Den 17 juli öppnade H&M:s nya flaggskeppsbutik på Fifth Avenue i New York. Öppningen firades i samarbete med den amerikanske konstnären Jeff Koons, som bland annat är känd för sitt verk Yellow Balloon Dog.



H&M STÖRST PÅ EKOLOGISK BOMULL

H&M är världens största användare av ekologisk bomull. Det visar Textile Exchanges årliga data, som publicerades i juli. H&M:s mål är att senast år 2020 använda bomull endast från mer hållbara källor.



NYA SKOR I UTÖKAT SORTIMENT

Klassiska läderboots, smyckade pumps och sneakers i skinn. Inför hösten började H&M lansera ett breddat utbud av skor för dam, herr, ungdom och barn. Det nya sortimentet finns i utvalda butiker och online.



NY POLICY FÖR DJURS VÄLFÄRD

Djurens välfärd och frågor om djurskydd är viktiga för H&M. I september införde H&M en ny djurskyddspolicy, som skärper redan högt ställda krav på produktionen av de animaliska material som H&M använder.



H&M:s FÖRSTA BUTIK I FILIPPINERNA

Filippinerna blev ny H&M-marknad i oktober med öppningen av en flaggskeppsbutik i gallerian SM Megamall i Manilla. H&M:s mode lockade tusentals förväntansfulla kunder redan på öppningsdagen.



H&M CONSCIOUS DENIM

Mindre vatten, mindre energi och mindre bearbetning – kollektionen H&M Conscious Denim erbjöd stilrent designade denimplagg för hela familjen i material som ekologisk eller återvunnen bomull och Tencel®.

OKTOBER



MÖTE MED REGERINGEN I BANGLADESH

Vd Karl-Johan Persson träffade Bangladeshs handelsminister Tofail Ahmed, för att uppmana regeringen till effektivare reglering av kostnader och priser i landet, samt årliga lönerrevisioner i textilindustrin.

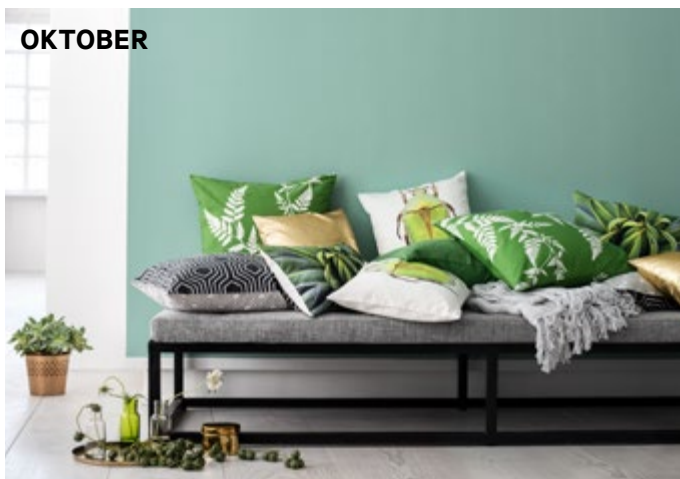
OKTOBER



STÄRKT STÄLLNING FÖR KVINNOR

H&M:s och stiftelsen H&M Conscious Foundations arbete med att stärka kvinnors ställning belönades i samband med FN-dagen, då H&M:s styrelseordförande Stefan Persson tilldelades priset "Humanitarian Award".

OKTOBER



H&M HOME INREDER I NYA LÄNDER

H&M Home erbjuder textil heminredning och dekorativa föremål för hemmets alla rum. Kollektionerna uppskattas av kunder världen över. Under 2014 öppnade H&M Home i ytterligare 63 H&M-butiker på 14 marknader.

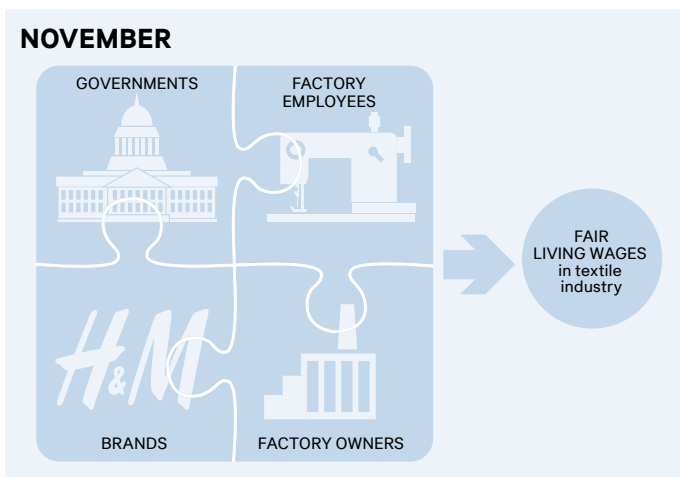
NOVEMBER



ALEXANDER WANG X H&M

Modeskaparen Alexander Wang blev H&M:s första amerikanska gäst-designer. För H&M skapade Wang en sportinfluerad, mycket uppskattad kollektion med plagg som passar lika bra på gymmet som på partyt.

NOVEMBER



UNIK LÖNESTRATEGI UPPMÄRKSAMMAS

Lönefrågan är viktig i textilindustrin. H&M:s hållbarhetsarbete och unika plan för bättre lönestrukturer belystes när vd Karl-Johan Persson talade på världens största hållbarhetskonferens, BSR, i New York.

NOVEMBER



2014 FAIRNESS AWARD TILL H&M

Vd Karl-Johan Persson fick 2014 ta emot priset "Fairness Award", instiftat av Global Fairness Initiative i Washington. Priset uppmärksammar insatser som ökar utvecklingsmöjligheterna för fattiga samhällen.

— VÅRA VARUMÄRKEN —

Mode för alla

Hos H&M finns alltid ett brett och varierat sortiment av inspirerande mode. Här hittar kunderna allt från nya trender till hållbara klassiker, som kan bäras säsong efter säsong. Erbjudandet kompletteras av flera självständiga varumärken med egen identitet.



Inom H&M-koncernen arbetar designers, mönsterkonstruktörer och inköpare tillsammans i team för att skapa kollektioner som lockar en global kundkrets. Influenser hämtas från hela världen. Allt från resor, filmer, tidningar och konstutställningar till visningar, gatumode, branshmässor och trendseminarier kan föda nya idéer. Trendkänsla, kvalitet och bästa pris står alltid i fokus när nya kollektioner tas fram. Med flexibel sortimentsplanering och effektiv logistik kan utbudet hela tiden anpassas efter det kunderna vill ha. Mångfalden i kollektionerna gör att de kan kombineras på många sätt utifrån personlig stil, smak och behov – och sedan bäras över flera säsonger. Det förlänger livscykeln och bidrar till ökad hållbarhet, vilket är av största vikt för dagens medvetna konsumenter. H&M-koncernen arbetar aktivt för att allt som erbjuds kunderna ska ha tillverkats under goda arbetsförhållanden och med minsta möjliga påverkan på miljön. Koncernen är till exempel världens största användare av ekologisk bomull och ökar också kontinuerligt användningen av återvunna material.

På följande sidor visas ett urval av H&M:s många olika koncept, följt av koncernens övriga varumärken: & Other Stories, Cheap Monday, COS, Monki och Weekday. Samtliga är självständiga och tydligt definierade modevarumärken med egna butiker och egna uttryck.

I H&M-butikerna finns ett brett och varierat sortiment för dam, herr, ungdom, barn och baby. Utbudet utvecklas ständigt. I början av 2014 gick startskottet för nya H&M Sport, ett breddat och förnyat sortiment med moderiktiga sportplagg i funktionsmaterial för flera olika träningsformer. Plaggen i H&M:s kollektioner kompletteras med skor, accessoarer och kosmetik. Under hösten 2014 påbörjades en utökning av skosortimentet med fler skomodeller, varav många av skinn. H&M erbjuder också inredning för hemmet. På H&M Home finns ett brett utbud av textil inredning som kompletteras med ett urval av dekorativa föremål i bland annat glas, metall och trä.

2013 lanserades ett nytt spännande modevarumärke, & Other Stories, där stor vikt läggs vid detaljer och fina kvaliteter. & Other Stories erbjuder kvinnor kläder och ett brett urval av skor, accessoarer och kosmetik med stora möjligheter till personlig styling och egna uttryckssätt. Cheap Monday erbjuder denim för dam och herr, och ungt, säsongaktuellt mode med influenser från både gata och catwalk. Hos COS hittar kunderna kollektioner med både klassiska och moderna plagg i exklusiv design, och hos Monki är modet lekfullt och personligt. Weekday är en modedestination med stort fokus på jeans och urbant mode.



H&M

3261 butiker
55 länder
13 shop online-länder
hm.com



& other Stories

17 butiker
10 länder
13 shop online-länder
stories.com



5 butiker i 4 länder
2000 återförsäljare i mer än
35 länder
18 shop online-länder
cheapmonday.com



COS

114 butiker
25 länder
19 shop online-länder
cosstores.com



MONKI

92 butiker
12 länder
18 shop online-länder
monki.com



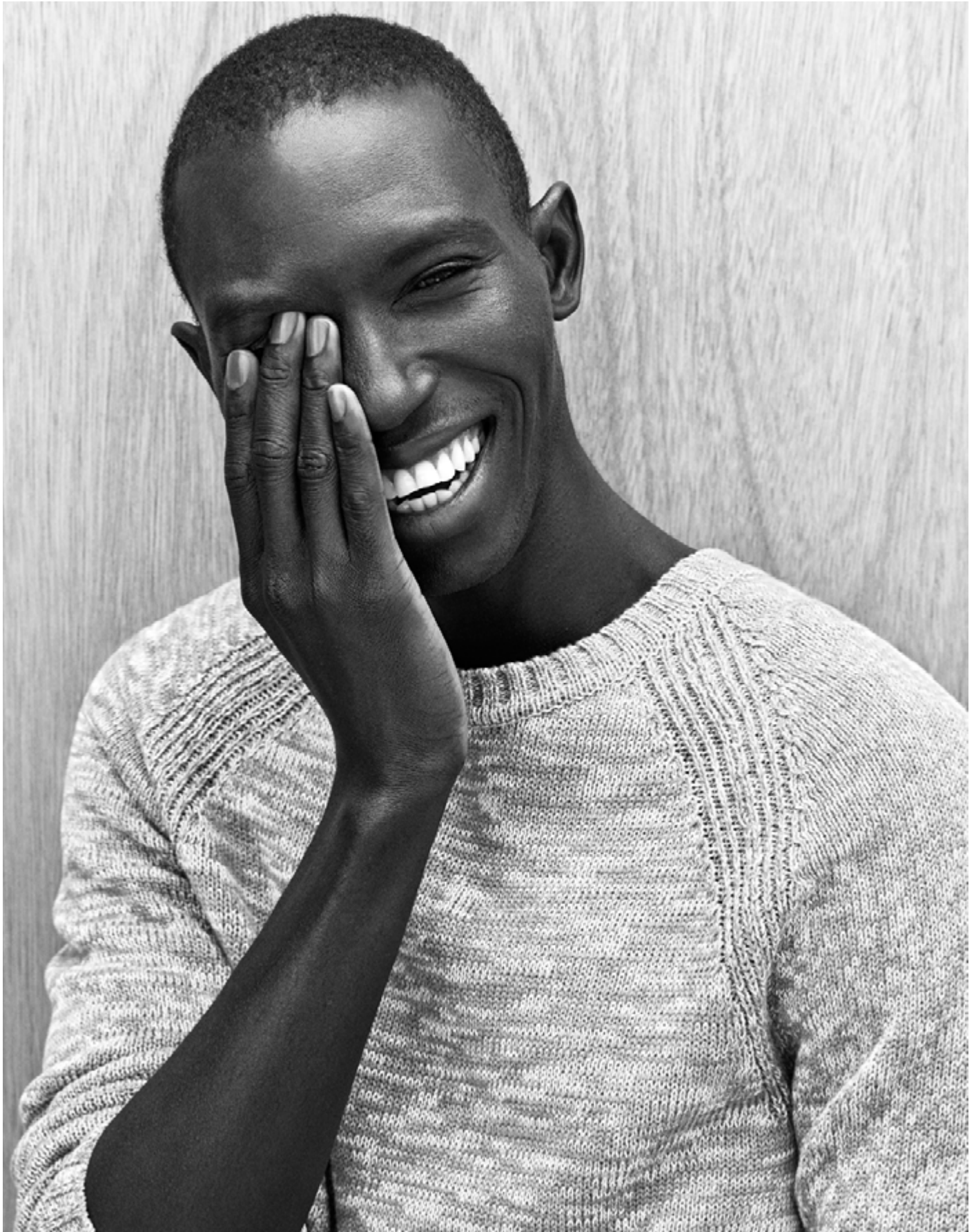
**MTWTFSS
WEEKDAY**

22 butiker
7 länder
18 shop online-länder
weekday.com



H&M

DAM Damsortimentet omfattar allt från de senaste trenderna till uppdaterade klassiker. Från lättburet vardagsmode till fantastiska festklänningar, från moderiktiga mammaplagg till funktionellt sportmode och sköna underkläder. Som komplement till klädkollektionerna finns även ett brett urval av accessoarer – alltsammans med mode och personlig stil, kvalitet och bästa pris i fokus.



H&M

HERR Män som vill klä sig snyggt, bekvämt och funktionellt hittar alltid något på H&M. Här finns en modern, varierad och flexibel herrgarderob med både trendiga och klassiska plagg – för livet i storstaden såväl som ute i naturen. I utbudet ingår välsittande kostymer och skjortor för arbete och fest, sköna vardagsplagg, uppdaterade sportkläder, underkläder samt skor, väskor och andra accessoarer.



H&M

DIVIDED Modeintresserade tjejer och killar hittar ett brett och varierat utbud av kläder och accessoarer på H&M. Divided-avdelningen erbjuder allt från de mest användbara basplaggen, ofta med influenser av streetmode, till de senaste trenderna och jeansen. I sortimentet ingår också skor och underkläder. Här finns ungt mode för alla som gillar att skapa sin egen personliga stil.



H&M

BARN På H&M finns allt från sköna basplagg och tuffa jackor till kalas- och partykläder för baby och barn upp till 14 år. Barnkläder på H&M är moderna, bekväma, och alltid omsorgsfullt testade för att leva upp till hårda krav på kvalitet, funktion, säkerhet och hållbarhet. Materialen ska vara mjuka mot huden och plaggen ska tåla livliga lekar och många tvättar.



H&M

&DENIM Denim är den oundgängliga stapelvaran i garderoben, och lika tongivande på catwalken som i gatumodet. Därför finns det alltid gott om denimplagg på H&M. Säsongs nyheter liksom ständigt aktuella klassiker erbjuds i en mängd modeller och tvättar. &Denim finns för dam, herr, ungdom och barn.



H&M

SPORT Med funktion och design i fokus matchar utökade H&M Sport en alltmer aktiv livsstil. Ett flertal plagg har utvecklats i samråd med elitidrottare för perfekt prestanda, och ett antal modeller är tillverkade av mer hållbara material. Kollektionerna för dam, herr och barn innehåller kompletta outfits för bland annat löpning, gymträning, yoga och skidåkning.



H&M

SKOR Ett nytt upgraderat skosortiment med fler modeller av vilka många är av skinn lanseras successivt med början hösten 2014. Skokollektionen innehåller klassiska modeller som loafers, pumps och ballerinas skor; sportiga sneakers och boots; bekväma vardags skor och trendiga modeller som speglar det allra senaste modet, för dam, herr, ungdom och barn.



ACCESSOARER Mode handlar alltmer om personlig stil, hur man bär plaggen och vad man adderar. Accessoarerna har därför en allt viktigare roll och på H&M erbjuds ett brett sortiment för att den breda kundkretsen ska kunna hitta allt som behövs till egna kreativa uttryck: från hattar, mössor och skor till bälten, väskor och smycken. Accessoarerna finns för dam, herr, ungdom, barn och baby.



H&M

UNDERKLÄDER Plaggen som är närmast kroppen är bland de viktigaste i garderoben. På H&M finns alltid såväl sköna underplagg av mjukaste bomull som shapewear för perfekt passform och trendiga plagg i säsongens färger, mönster och material. Herrutbudet kompletteras med David Beckham Bodywear, fotbollslegendens egen linje.



KOSMETIK Från flirtiga fransar och glittrande läppar till glammiga naglar och trendiga frisyrier. På H&M finns allt som behövs för säsongens make-up. Här hittar kunderna skuggor, mascara och lack i de senaste tonerna samt borstar, penslar och andra tillbehör. Inga av H&M:s kosmetiska produkter är testade på djur och samtliga följer minst de lagar och föreskrifter som gäller i respektive försäljningsland.



H&M

H&M HOME Mode för hemmet. För kunder som vill ge sitt hem en snabb, enkel uppdatering, eller förvandla det inför högtid och fest, finns inredningsprodukter i både tidlösa och säsongaktuella färger och mönster. H&M Home erbjuder i första hand hemtextil som handdukar, lakan, gardiner och kuddar. Kollektionerna kompletteras med ett sortiment av dekorativa föremål i bland annat glas, metall och trä.





& other stories

& OTHER STORIES erbjuder kvinnor ett brett sortiment av skor, väskor, accessoarer, kosmetik och kläder. Med en bredd från avskalat och maskulint skräddat till feminint chict ger kollektionerna oändliga styling-möjligheter. De mångfacetterade kollektionerna designas i ateljéerna i Paris och Stockholm, med stor vikt vid detaljer och kvalitet, och alltid till ett bra pris.



CHEAP MONDAY satte de tajta jeansen på modekartan, men är numera ett jeans- och modevarumärke med kompletta dam- och herrkollektioner. Inspirationen hittas ofta i alternativa musik- och ungdomsrörelser, från 90-talets klubbscen till grunge-eran. Cheap Monday finns hos återförsäljare i mer än 35 länder och via egna Cheap Monday-butiker i Danmark, Storbritannien, Kina och Frankrike.



COS

COS erbjuder ett tidlöst mode som lever över säsongen, med plagg som är både klassiska och moderna för kvinnor och män som vill ha en exklusiv design och bra kvalitet till ett överkomligt pris. Kvalitet och detaljer är närvarande i alla varumärkets aspekter, från den höga nivån på kundservice till en njutbar butiksmiljö och vackra förpackningar.



MONKI står för ett personligt, lekfullt uttryck och en unik shoppingupplevelse. Här finns mångsidiga kollektioner för unga kvinnor (men Monki handlar om stil, inte ålder) inspirerade av dagens mode med en twist av nordisk och asiatisk streetstyle. Plagg och accessoarer presenteras i butikskoncept som är en egen värld präglad av storytelling, kreativitet och färgstark grafisk form.



**MTWTFSS
WEEKDAY**

WEEKDAY är en modedestination med stort fokus på jeans och urbant mode, alltid till ett bra pris. Kollektionerna tar sitt avstamp i en skandinavisk estetik och riktar sig till stilmedvetna unga vuxna. Weekday är ett modernt varumärke där butikerna skapar en dynamisk, urban upplevelse och där kunderna också hittar en mix av externa varumärken.

A woman with long brown hair is standing on a set of wide, light-colored concrete stairs. She is wearing a long, sleeveless, floor-length dress with a complex, abstract pattern in shades of black, grey, and white. The dress has a high slit on the left side. She is looking towards the camera with a neutral expression. The background is a plain, light-colored wall. The lighting is soft and directional, creating shadows on the wall and the stairs.

Klänning i ekologisk
linneblandning
1999:-

Hållbarhetsarbete för långsiktig tillväxt

H&M:s mål är att fortsätta växa och skapa värde för kunder och medarbetare, och bidra positivt till de samhällen där H&M verkar. Därför är hållbarhet en integrerad del av affärsverksamheten.



Som ett företag med starka värderingar och ett långsiktigt synsätt vill H&M bidra positivt till utvecklingen i världen. H&M ser det som sitt ansvar att arbeta för sociala förbättringar och minskad miljöpåverkan längs produkternas hela livscykel. Hållbarhetsarbetet är lika mycket en investering i H&M:s egen framtid som i de samhällen där H&M verkar. Ökad hållbarhet höjer värdet på H&M:s kunderbjudande och stärker H&M som arbetsgivare, samt bidrar till mer effektiv resursanvändning och stabilare inköpsmarknader. Hållbarhetsarbetet är därför en integrerad del av affärsverksamheten.

H&M gör hållbart mode med bra kvalitet tillgängligt för människor världen över. Med passion för design, fokus på kvalitet och ett målinriktat hållbarhetsarbete strävar H&M efter att hela tiden ha det bästa kunderbjudandet på varje enskild marknad, och i detta ingår dessutom att erbjuda kunderna bästa pris. Bästa pris är möjligt genom att H&M

har egna designers, utesluter mellanhänder, köper rätt vara från rätt marknad, har en effektiv logistik och kostnadsmedvetenhet i alla delar av verksamheten. Även H&M:s storlek bidrar till att skalfördelar uppnås som kommer kunderna till godo.

HANDELNS BETYDELSE

Som direkt köpare och säljare på ett stort antal marknader bidrar H&M till handel mellan länder. Internationell handel skapar sysselsättning och ekonomisk tillväxt, vilket är särskilt viktigt för utvecklingsländer eftersom det hjälper till att lyfta människor och nationer ur fattigdom.

När kunder handlar på H&M bidrar de till jobb och utveckling världen över. Förutom att H&M är arbetsplats för över 132 000 medarbetare, skapas över en miljon arbetstillfällen utanför H&M, till stor del

i textilindustrin i Asien där många av H&M:s inköpsmarknader finns.

H&M har ingen egen tillverkning, i stället läggs produktionen ut till fristående leverantörer, där majoriteten av de anställda är kvinnor. För många kvinnor är det deras första inkomstbringande jobb, deras första jobb utanför hemmet och därmed ett första steg mot ett självständigt liv.

För många länder har jobben i textilindustrin inte bara lett till minskad fattigdom. Tillväxten i textilbranschen har också lett till en vidare industriell utveckling – med ökad produktivitet, mer specialisering och högre löner som följd. Den fortsatta närvaron av långsiktiga, ansvarsfulla inköpare är därför viktig för ländernas framtid.

SAMARBETEN OCH NYTÄNKANDE

Viktiga framsteg har gjorts för ökad hållbarhet i textilindustrin i dessa länder men fortfarande finns stora utmaningar. H&M använder sin storlek och sitt inflytande för att påverka utvecklingen i en positiv riktning. Men för att få till stånd varaktiga förbättringar räcker inte ett enskilt företags engagemang. För att verkligen göra skillnad på lång sikt krävs också samarbeten, med regeringar såväl som med intresseorganisationer och andra företag.

Ett exempel är lönefrågan, som är en viktig branschfråga i textilindustrin. H&M driver här ett särskilt arbete för rättvisa levnadslöner för leverantörernas anställda. För att skapa hållbara lösningar krävs att frågan kan ägas lokalt och därför bygger H&M:s plan på samarbeten mellan flera parter, globala såväl som lokala, och alla har en unik roll för att få till stånd en verklig förändring. På nästa sida finns mer att läsa om H&M:s plan för rättvisa levnadslöner.

Även på miljösidan driver H&M flera samarbeten för ökad hållbarhet. Ett viktigt mål för H&M är att sluta kretsloppet för textilfibrer. Tillsammans med experter och olika innovativa företag arbetar H&M med att hitta en cirkulär modell för resursanvändning. Läs mer om H&M:s återvinning av plagg på sidan 40.

Ett annat viktigt samarbetsprojekt är planerna på en ny märkning av kläder. Initiativet drivs av Sustainable Apparel Coalition. SAC består av flera varumärken och experter som



tillsammans strävar efter att på sikt skapa en branschstandard för märkning. Märkningen ska visa vilken social och miljömässig påverkan som finns kopplad till ett visst plagg. Syftet med att öka plaggens spårbarhet är att ge kunderna möjlighet att fatta mer informerade beslut, samt att H&M som köpare ska kunna mäta hållbarhetsresultat för varje produkt och arbeta för ständiga förbättringar.

INTEGRERAT I AFFÄRSPROCESSERNA

H&M:s vision är att all H&M:s verksamhet ska drivas på ett sätt som är ekonomiskt, socialt och miljömässigt hållbart. För att leva efter visionen arbetar H&M efter sju åtaganden – H&M Conscious Commitments.



Motstående sida

H&M Conscious Denim för hela familjen.
Ovan H&M bidrar till arbetstillfällen för många kvinnor i leverantörsledet.
Nedan Hållbarhetstänket finns med redan i designstadiet.

Dessa åtaganden går ut på att: erbjuda mode för medvetna kunder; välja och belöna ansvarsfulla partners; vara etisk och respektera mänskliga rättigheter; vara klimatsmart; begränsa miljöpåverkan genom att minska, återanvända och återvinna; nyttja naturresurser ansvarsfullt, samt stötta samhällsutvecklingen.

För att omsätta dessa åtaganden i praktiken bedriver H&M hundratals målinriktade aktiviteter – H&M Conscious Actions. Dessa drivs av företagets alla funktioner. Varje funktion och försäljningsland sätter varje år egna mätbara hållbarhetsmål och aktiviteter, med hjälp av H&M:s centrala hållbarhetsavdelning. Förutom att ge stöd åt de andra funktionerna arbetar hållbarhetsavdelningens drygt 20 experter också med att utforma mål och nyckeltal för hela företagets hållbarhetsarbete. På försäljningsmarknaderna och i övriga funktioner har cirka 50 medarbetare hållbarhet som sin huvudsakliga arbetsuppgift. På inköpsmarknaderna arbetar över 100 medarbetare med att se till att H&M:s leverantörer lever upp till H&M:s krav på goda sociala och miljömässiga förhållanden, samt med att stödja förbättringar för ökad hållbarhet.

LEDNING OCH STYRELSE

Ansvarig för H&M:s hållbarhetsavdelning ingår i koncernledningen och rapporterar där direkt till H&M:s vd. Strategiska hållbarhetsfrågor drivs också av vd. Även H&M:s styrelse diskuterar och behandlar dessa frågor regelbundet, eftersom H&M ser hållbarhetsarbetet som ett långsiktigt åtagande och en integrerad del av affärsidén.

H&M ser det som sitt ansvar att arbeta för sociala förbättringar och minskad miljöpåverkan.



PLAN FÖR RÄTTVISA LEVNADSLÖNER

Löner är en viktig branschfråga för hela textilindustrin, och potentialen att förbättra lönestrukturerna är fortfarande stor i inköpsländerna, både på nationell nivå och på fabriksnivå. H&M har därför tagit initiativ till, och driver, en ny strategi för rättvisa levnadslöner.

H&M vill att leverantörerna betalar sina anställda rättvisa levnadslöner. En rättvis levnadslön är en lön som tillgodoser den anställdes och dennes familjs grundläggande behov. Enligt internationella arbetsorganisationen ILO, och andra globala fackföreningar, ska en rättvis levnadslön revideras varje år, och förhandlas med demokratiskt valda fackföreträdare eller arbetarrepresentanter. Även H&M anser att löner ska beslutas i förhandlingar mellan arbetsmarknadens parter.

För att möjliggöra en sådan utveckling där lönefrågan ägs lokalt av arbetsmarknadens parter, krävs samarbeten på flera nivåer. H&M:s plan bygger därför på samarbete mellan köpare, som H&M; leverantörer; leverantörernas anställda, och regeringarna i de berörda länderna. Planen utgår från en helhetssyn och omfattar bland annat förbättrade inköpsrutiner hos H&M, förbättringar av lönestrukturerna hos leverantörerna och utbildning av deras anställda.

Tillsammans med organisationen Fair Wage Network arbetar H&M med en metod för förbättrade lönestrukturer som testas i tre så kallade "modellfabriker", två i Bangladesh och en i Kambodja. H&M har förbundit sig att under fem år köpa 100 procent av kapaciteten i dessa tre fabriker för att få tid att utvärdera metoden. Processen är i ett tidigt skede men tecknen är positiva. I fabriken i Kambodja, där en första utvärdering gjorts, har övertiden minskat, lönerna har stigit, produktiviteten har ökat och dialogen mellan arbetsgivare och anställda fungerar bättre. Ett av H&M:s mål är att senast år 2018 ska grunden för förbättrade lönestrukturer ha lagts hos samtliga H&M:s strategiska leverantörer, som står för cirka 60 procent av H&M:s totala produktion.

Som en del av arbetet för rättvisa levnadslöner fokuserar H&M på att stärka dialogen på arbetsmarknaden, arbetarnas möjlighet att organisera sig och sluta kollektivavtal såväl som deras tillgång till utbildning. Inom dessa områden samarbetar H&M med ILO, Sida och IF Metall inom ramen för en rad olika projekt. H&M investerar till exempel i utbildningar som ska ge arbetarna ökade tekniska färdigheter och kunskap om deras

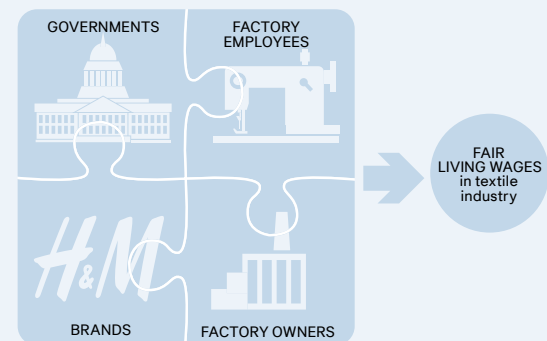
rättigheter, samt utveckla deras förhandlingsförmåga. I samarbete med ILO och Sida har H&M startat ett utbildningscenter för yrkesutbildning i Dhaka i Bangladesh, där ambitionen är att utbilda 5000 textilarbetare före utgången av 2016. Projektet ska också säkra att den roll och lön de sedan får matchar kunskap och erfarenhet.

Textilindustrins utveckling har skapat jobb för miljoner människor. Den exportledda tillväxten i branschen är till exempel den största bidragande orsaken till att fattigdomen i Bangladesh har halverats sedan början av 1990-talet. Men utmaningarna i branschen är också många och lönefrågan är komplex. De nationella regeringarna är viktiga aktörer eftersom de har en central roll i att skapa de rättsliga ramarna och se till att rättvisa lönejusteringar görs regelbundet. H&M:s vd Karl-Johan Persson har under de senaste åren träffat regeringen i Bangladesh vid två tillfällen och har även besökt premiärministern i Kambodja för att diskutera dessa frågor. Bland annat behöver arbetsmarknadslagar förstärkas och minimilöner behöver ses över årligen. Förbättringar har skett, men fortfarande finns mycket kvar att göra.

H&M välkomnar fler långsiktiga samarbeten, och ser hoppfullt på möjligheterna att med gemensamma krafter bidra till en positiv utveckling. Tillsammans med ett antal andra internationella modeföretag har H&M under 2014 inlett ett nära samarbete, och skrivit under en gemensam principförklaring för rättvisa levnadslöner. Samarbetet kommer bland annat innefatta arbete för att skydda fackföreningsfrihet och rätt till kollektivavtal samt gemensamma diskussioner med regeringar.

Ovan Lunchrast hos en av H&M:s största leverantörer, DBL Group, i Bangladesh.

H&M:s PLAN BYGGER PÅ SAMARBETEN



På hm.com/conscious finns H&M:s fullständiga hållbarhetsrapport, som följer riktlinjerna för hållbarhetsredovisning G4, enligt Global Reporting Initiative (GRI) samt uppförandekod, leverantörslista, policyer och Code of Ethics.

H&M vill att leverantörerna betalar sina anställda rättvisa levnadslöner.

GLOBAL VATTENSTRATEGI MED WWF

Vatten spelar en stor roll i produktion och användning av ett klädesplagg, från bomullsodling till tygtillverkning och tvätt. Vatten är också en begränsad naturresurs. I ett treårigt partnerskap med Världsnaturfonden WWF har H&M analyserat vattenhanteringen längs plaggens hela livscykel och utifrån detta utvecklat en global strategi för H&M:s vattenarbete. WWF beskriver H&M:s vattenstrategi som banbrytande inom modeindustrin.

H&M arbetar för att hela tiden säkra att de drygt 500 fabriker hos H&M:s leverantörer som har vätprocesser har en relevant vattenrening. I samarbetet med WWF har H&M tagit fram nya arbetssätt för testning av utsläppsvatten, och för att kontrollera hur väl reningen fungerar. Flera leverantörer finns i utsatta flodområden längs Brahmaputra i Bangladesh och Yangtze i Kina. H&M samarbetar med ideella organisationer, till exempel Solidaridad, och även med andra företag och offentliga beslutsfattare, för en mer hållbar vattenhantering i dessa områden.

I Kina har H&M och WWF utarbetat särskilda metoder för vattenförvaltning för industritäta områden, så kallade

industriparker. Syftet med projektet, som ska testas i utvalda industriparker vid Taisjön, är att skapa en mer effektiv vattenhantering, till exempel genom att ta vara på spillvatten eller genom uppgraderad reningsteknik. Målet är minskad miljöpåverkan på de ekologiska systemen i industriernas avrinningsområden.

Som en del av samarbetet i Kina stödjer H&M också WWF:s naturskyddsarbete med att bevara Yangtzefflodens art av tumlare och deras livsmiljöer.

Partnerskapet med WWF, som löper till och med 2015, omfattar även H&M:s interna förbrukning av vatten. H&M arbetar för att effektivisera vattenförbrukningen i alla butiker, lager och kontor, och genom utbildningar ökar medarbetarnas medvetenhet om vattenfrågor. H&M vill också motivera och inspirera kunderna att spara vatten. Under 2014 lanserades till exempel kollektionen Conscious Denim Collection där mer hållbara tillverkningsprocesser ledde till en vattenbesparing om 56 procent jämfört med konventionell denimproduktion. Alla H&M:s plagg har tvättetiketter som ska inspirera till besparing av vatten och energi.



H&M Conscious Exclusive, vår 2015.

UTMÄRKELSER OCH INDEX

H&M:s hållbarhetsarbete uppmärksammas av flera externa bedömare. H&M fick under 2014 till exempel ta emot stiftelsen Pontus Schultz pris för ett mänskligare näringsliv; FN-organisationen UNA-NY:s årliga pris "Humanitarian Award" samt utmärkelsen "Fairness Award", som är instiftad av Washingtonbaserade Global Fairness Initiative.

H&M utnämndes dessutom för fjärde året i följd till ett av världens mest etiska företag, av Ethisphere Institute, och finns även med på Global 100 List, som är analysföretaget Corporate Knights ranking av världens 100 främsta företag inom hållbarhet. H&M ingår bland annat i Dow Jones Sustainability Index World och FTSE4Good Index Series.



H&M CONSCIOUS FOUNDATION

H&M Conscious Foundation är en oberoende, ideell och global stiftelse som ska verka för långsiktig positiv förändring för människor och samhällen, med fokus på länder där H&M verkar. Genom att nå utanför H&M:s värdekedja kompletterar stiftelsen H&M:s hållbarhetsarbete. I dag arbetar H&M Conscious Foundation med tre fokusområden, som valts ut av H&M:s medarbetare och kunder: utbildning, rent vatten och att stärka kvinnor (ekonomiskt och i samhället).

Stiftelsen startades 2007 i samband med H&M:s 60-årsjubileum med en donation om 60 miljoner kronor från H&M. Sedan 2013 har familjen Stefan Persson donerat 700 miljoner kronor till H&M Conscious Foundation.

Donationerna gör att stiftelsen kan driva omfattande globala och lokala program i stor skala. Genom partnerskap med starka organisationer för varje fokusområde så som till exempel UNICEF, WaterAid och CARE, stödjer H&M Conscious Foundation positiv förändring på policynivå såväl som i människors vardag.

Filmer och mer information om arbetet med utbildning, rent vatten och att stärka kvinnor finns på hm.com/consciousfoundation.

**H&M CONSCIOUS
FOUNDATION**

Nyckeltal för hållbar utveckling

H&M bedriver ett omfattande arbete för ökad hållbarhet genom plaggens hela livscykel. Arbetet är systematiskt och målinriktat, och resultaten redovisas utförligt i H&M:s årliga hållbarhetsrapport. På detta uppslag visar sex utvalda nyckeltal utvecklingen inom några viktiga områden.

MER HÅLLBARA MATERIAL

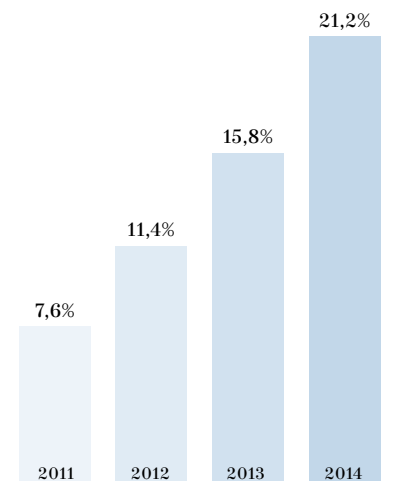
H&M strävar efter att varje år öka andelen mer hållbara material i sortimentet. Dessa material – till exempel ekologisk bomull, återvunnen polyester och återvunnen ull – ökade som en andel av sortimentet från 11 procent 2013 till 14 procent 2014.

MÅL

Bomull är den råvara som H&M använder mest. H&M:s mål är att senast år 2020 ska all bomull som används vara mer hållbar bomull. Med mer hållbar bomull avses ekologisk bomull – som H&M redan är världens största användare av; samt återvunnen bomull, och bomull odlad under Better Cotton Initiative. H&M var med och skapade BCI och är även en aktiv medlem. BCI arbetar för att förbättra både sociala och miljömässiga förhållanden inom traditionell bomullsodling.

UTFALL

H&M har nästan fördubblat andelen mer hållbar bomull i sortimentet de senaste två åren till 21,2 procent 2014.



SLUTET KRETSLOPP FÖR TEXTILFIBRER

H&M startade i början av 2013, som första modeföretag i världen, klädinsamling i butiker globalt. Med initiativet Garment Collecting erbjuds kunderna på samtliga H&M:s marknader att, i nästan alla H&M-butiker, lämna in begagnade plagg, oavsett skick och märke, för återanvändning och återvinning. I början av 2014 lanserade H&M de första plaggen tillverkade av material där återvunna fibrer från insamlade textilier ingick. På längre sikt vill H&M skapa ett slutet kretslopp för textilfibrer. Genom att råvaran återanvänds, hjälper de inlämnade plaggen till att minska förbrukningen av vatten, energi och kemikalier.

MÅL

Årlig ökning av inlämnade plagg till H&M:s Garment Collecting.

UTFALL

7684 ton plagg samlades in under 2014, vilket är mer än dubbelt så mycket som de 3047 ton plagg som samlades in under 2013.

På längre sikt vill H&M skapa ett slutet kretslopp för textilfibrer.

MINSKA UTSLÄPP AV VÄXTHUSGASER

H&M arbetar för att minska mängden växthusgasutsläpp i ett plagg livscykel. För att minska utsläppen från den egna verksamheten, parallellt med en långsiktig expansion, strävar H&M efter en alltmer effektiv energianvändning och arbetar bland annat för att använda endast energi från förnybara källor. Under 2014 kom 27 procent av H&M:s elförbrukning från förnybara källor, en ökning från 18 procent 2013.

Redan 2014 nådde H&M målet att minska utsläppen av växthusgaser i absoluta tal senast 2015.

MÅL

Minska den totala mängden utsläpp av växthusgaser från den egna verksamheten senast 2015 i absoluta tal jämfört med föregående år, trots H&M:s fortsatta expansion.

UTFALL

Redan under 2014 nådde H&M sitt uppsatta mål att minska utsläppen av växthusgaser i absoluta tal senast 2015. Utsläppen av växthusgaser uppgick till cirka 342 000 ton under 2014, jämfört med cirka 356 000 ton under 2013. Framsta anledningen till minskningen är ökningen av andelen energi från förnybara källor.



MINSKA ENERGIANVÄNDNINGEN

H&M strävar efter att minska elförbrukningen och använda energi mer effektivt. Ökad energieffektivitet bidrar till minskad miljöpåverkan och god kostnadskontroll. Butikerna står för mer än 80 procent av all den energi H&M använder i den egna verksamheten.

MÅL

Minska elförbrukningen per kvadratmeter i H&M-butikerna med totalt 20 procent till år 2020, jämfört med 2007.

UTFALL

År 2014 hade H&M-butikernas elförbrukning per kvadratmeter minskat med 12 procent jämfört med 2007. Det är en något lägre minskningstakt jämfört med 14 procent 2013 men utvecklingen mot att nå det uppsatta målet till år 2020 är fortsatt god. En anledning till att förbrukningen inte minskade lika snabbt 2014 är tillägg av LED-stämningsbelysning och videaskärmar i butikerna, för att ge kunderna en ännu mer inspirerande shoppingupplevelse. Samtidigt kommer allt mer av den el som förbrukas i butikerna från förnybara källor. Allt fler butiker utrustas också med egna energimätare för att öka kontrollen över elförbrukningen ytterligare och möjliggöra en ännu mer effektiv energianvändning.

Allt mer av den energi H&M använder kommer från förnybara källor.



EFTERLEVNAD AV UPPFÖRANDEKODEN

H&M har inga egna fabriker utan lägger i stället ut tillverkningen till cirka 850 fristående leverantörer. H&M ställer höga sociala och miljömässiga krav på leverantörerna och kontrollerar hur väl leverantörerna och deras fabriker lever upp till H&M:s uppförandekod, som infördes 1997. Utöver kodens minimikrav, som varje fabrik måste uppfylla för att få samarbeta med H&M, ställer H&M utifrån koden även ett antal ytterligare krav. Dessa krav kan leverantörerna uppfylla enligt en poängskala 1–100, där uppnådd poäng indikerar leverantörernas utveckling mot ökad hållbarhet.

MÅL

Leverantörerna ska varje år uppnå högre efterlevnad av uppförandekoden – enligt skalan 1–100 poäng, som visar efterlevnad utöver uppfyllda minimikrav.

UTFALL

Leverantörernas efterlevnad av uppförandekoden – utöver att uppfylla minimikraven – ökade från i genomsnitt 77,8 poäng av 100 möjliga 2013, till 81,0 poäng 2014. H&M:s strategiska leverantörer (som tillverkar cirka 60 procent av H&M:s samtliga produkter) ökade från 80,1 poäng 2013 till 82,7 poäng 2014.

ANTI-KORRUPTION

H&M har nolltolerans mot alla former av korruption, något som är starkt kopplat till H&M:s värderingar och också i linje med företagets engagemang för mänskliga rättigheter och hållbar utveckling. Detta åtagande stöds av H&M:s Code of Ethics, som antogs 2003 och som uppdateras löpande. Koden tillåter till exempel varken mutor eller "facilitation payments" ("smörjmedelspengar"). Koden är restriktiv vad gäller representation och innehåller en nej-tack-till-gåvor-policy. Alla berörda H&M-medarbetare och alla leverantörer måste underteckna Code of Ethics innan de anställs eller inleder samarbete med H&M. Företaget informerar och utbildar både medarbetare och leverantörer. Riskbedömningar gällande korruption görs för alla företagets affärsenheter regelbundet. H&M arbetar även aktivt med att förebygga, upptäcka och åtgärda överträdelser mot koden och tar också ansvar för att följa upp rapporterade incidenter grundligt. Företaget tillhandahåller också en whistleblowing-funktion för rapportering av eventuella överträdelser där man kan vara anonym. Sedan 2013 är H&M även medlem i Transparency International Sverige som Corporate Supporter. Transparency International är en oberoende global organisation som bekämpar all form av korruption och arbetar för ökad transparens i både privat och offentlig sektor.

H&M har nolltolerans mot alla former av korruption.

MÅL

Upptäcka samtliga överträdelser mot H&M:s Code of Ethics.

UTFALL

Under 2014 utredde H&M 30 misstänkta överträdelser av Code of Ethics. Dessa utredningar ledde till åtgärder i 18 fall. Åtgärderna inkluderade både anställda och leverantörer.

De sex nyckeltalen på detta uppslag (sid 40–41) har granskats översiktligt av bolagets revisorer, för bestyrkanderapport se H&M:s hållbarhetsrapport 2014.

— VÅRA MEDARBETARE —

Varje medarbetare gör skillnad

På H&M bidrar varje medarbetares energi och engagemang till att skapa en öppen och dynamisk arbetsplats där alla arbetar tillsammans och gör H&M:s utveckling möjlig.



Med passion för mode gör H&M:s medarbetare det möjligt för kunder världen över att utforska och utveckla sin egen personliga stil. Liksom H&M:s mode erbjuder bredd och variation, utmärks också arbetsplatsen H&M av omväxling och mångfald.

H&M växer i sex världsdelar och i koncernen finns flera varumärken och försäljningskanaler, samt flera produktionskontor. För medarbetarna innebär H&M:s globala expansion gränslösa valmöjligheter. Till detta kommer också den speciella anda som finns på H&M. Alltsedan den första butiken öppnade 1947 har H&M guidats av starka gemensamma värderingar. Värderingarna, som sammanfattas i H&M-andan, utgår från en tro på människors förmåga att ta egna initiativ. Det gör att medarbetarna uppmuntras att ta eget ansvar och sätta upp mål för sin utveckling. Därför är ingen karriärväg utstakad i förväg, utan varje medarbetare kan göra sin egen resa. Möjligheterna att utvecklas inom olika områden är stora.

OÄNDLIGA KARRIÄRMÖJLIGHETER

Bara inom försäljning ryms en mängd olika roller. I fler än 3500 butiker i 55 länder samarbetar bland andra sales advisors, visual merchandisers, avdelningsansvariga och butikshefer, för att presentera kollektionerna och möta kunderna.

Även andra funktioner erbjuder ett brett spektrum av tjänster. Inom en rad områden – design, inköp, hållbarhet, produktion, distribution, expansion, inredning, online, IT, HR och ekonomi – finns flera spännande karriärmöjligheter. Många av rollerna, till exempel projektledare, controller och area manager, är rörliga jobb som återfinns inom flera funktioner och i de flesta länder.

Att växla mellan olika funktioner, varumärken och länder är både utvecklande och meriterande i en framtida karriär på H&M. Därför uppmuntras arbetsrotation inom hela koncernen. Medarbetare som



ges möjlighet att dela med sig av sina erfarenheter och testa sina kompetenser i nya sammanhang, lär av varandra och utvecklas både professionellt och på ett personligt plan.

FRAMTIDENS LEDARE

De flesta av H&M:s ledare är internrekryterade. Stor vikt läggs vid att medarbetarna ska kunna utvecklas inom sina roller och leda genom att vara goda förebilder, guide av H&M:s gemensamma värderingar. Ledarskapet på H&M handlar om inspiration, delegering, återkoppling och motivation.

En viktig framgångsfaktor för H&M är att ledarna aktivt medverkar till en kultur där resultat mäts i lika hög grad utifrån vad som uppnås som hur det uppnås. Det är ett coachande ledarskap som uppmuntrar och stöttar individer att nå sina mål.

VÄRDEFULL MÅNGFALD

H&M välkomnar olikhet och värdesätter högt den mångfald som finns bland medarbetarna. Jämlikhet är därför

Motstående sida

Kollegor tillsammans i världens största H&M-butik på Fifth Avenue i New York.
Ovan | Vita Rummet på H&M:s designavdelning i Stockholm.

en prioriterad fråga; till exempel är 72 procent av alla koncernens medarbetare i ansvarsposition kvinnor.

Alla arbetsplatser inom H&M ska vara öppna och inkluderande, där mänskliga rättigheter respekteras och kollegor behandlar varandra med integritet, respekt, ödmjukhet och värdighet. H&M:s gemensamma värderingar bidrar till att kollegor från alla delar av världen och med olika bakgrund kan utvecklas och arbeta tillsammans för att uppnå gemensamma mål.

Som företag har H&M också ett starkt etiskt förhållningssätt. Det innebär att H&M tydligt tar ställning mot diskriminering och trakasserier överallt där företaget är verksamt.

HÅLLBAR REKRYTERING

H&M fortätter att växa. Bara under 2015 planeras cirka 400 nya butiker netto och fem nya marknader. Expansionen är långsiktig och rekryteringsbehovet är därför fortsatt stort. När ett av världens ledande modeföretag expanderar behövs många olika typer av kompetenser.

H&M satsar stort på att attrahera, rekrytera och behålla medarbetare med rätt kompetens som vill växa och utvecklas med H&M. Modeintresse, engagemang och en affärsinriktad inställning är grundförutsättningar. I rekryteringsprocesserna ligger stort fokus också på att hitta medarbetare som delar H&M:s gemensamma värderingar och långsiktiga synsätt. Medarbetarnas engagemang kommer att fortsätta vara nyckeln till H&M:s framgång.

Utbildningsprogram, feedback och dialog bidrar till att medarbetare inom alla områden, roller och nivåer kan utvecklas och växa med H&M.

**Bara under 2014 välkomnades
16 000 nya medarbetare.
I dag arbetar över 132 000
kollegor på H&M.**



**BYRON
INGLESTON**
Trendanalytiker för
tryck och mönster,
Vita rummet,
Stockholm

"I mitt team är fokus på framtiden. När H&M:s mode skapas hämtas influenser från hela världen och vi som arbetar med Trend & Forecast analyserar globala tendenser för kommande säsonger. Det finns så mycket att inspireras av och vi uppmuntras att använda både vår kreativitet och erfarenhet när vi presenterar vår research för teamen i Vita rummet på H&M:s designavdelning."



ANNA NOWAK
Group leader,
Distributionscentralen
i Poznan, Polen

"Här i Gądko utanför Poznan är vi över 2900 kollegor som distribuerar plagg för alla H&M:s varumärken och försäljningskanaler. Att arbeta med logistik kräver precision, flexibilitet och framför allt teamwork, vilket är både roligt och stimulerande. I vårt så kallade Talent Development Program har jag fått möjlighet att utvecklas professionellt och som ledare."



BELINDA OFORI-ATTA
Sales advisor,
Fifth Avenue, New York

"Att få hjälpa kunderna här i H&M:s nya flaggskeppsbutik på Manhattan är extra inspirerande. Butiken är helt fantastisk, bara att komma hit varje morgon ger mig en energikick! Just nu utbildar jag mig vidare till avdelningsansvarig. Mina kollegor och jag coachar varandra, och det får mig att växa i min roll."

GEMENSAMMA VÄRDERINGAR SKAPAR H&M-ANDAN

H&M guidas av gemensamma värderingar. Tillsammans formar de en kultur som gör H&M unikt. Värderingarna sammanfattas i H&M-andan, som utgår från en grundläggande respekt för individen och tron på människors förmåga att ta egna initiativ. H&M-andan har funnits med sedan den allra första butiken öppnade

1947 och fortsätter att genomgå hela företaget. Genom att leva värderingarna i det dagliga arbetet bidrar varje medarbetare till att skapa en flexibel och prestigelös arbetsplats där beslut kan fattas effektivt, medarbetarna kan arbeta tillsammans i snabbt tempo och man vågar lita på varandras kunskap och förmåga.

Vi tror på människan

Vi är ett team

Entreprenörsanda

Rakt på sak med öppet sinne

Ständiga förbättringar

Enkelhet

Kostnadsmedvetenhet



GODA RELATIONER

H&M:s verksamhet bygger på stor respekt för individen. Det gäller många aspekter – från rättvisa löner, arbetstider och fackföreningsfrihet, till att alla har samma möjligheter att växa och utvecklas inom företaget. Att vara en bra arbetsgivare är särskilt viktigt i de länder där lagar och förordningar inte når upp till H&M:s egna normer och krav.

H&M tror på öppna dörrar och högt i tak, vilket innebär att varje medarbetare kan diskutera alla arbetsrelaterade frågor direkt med sina ledare. Som H&M-anställd har man rätt till kollektivavtal. Företaget strävar efter att ha goda relationer med såväl medarbetare som med de arbetstagarorganisationer och fackföreningar som representerar medarbetarna.



H&M INCENTIVE PROGRAM – BELÖNINGSPROGRAM FÖR ALLA PÅ H&M

Medarbetarna är nyckeln till H&M:s framgång. För att visa sin uppskattning har H&M ett unikt belöningsprogram som startades 2011 på initiativ av familjen Stefan Persson i form av en gåva om drygt 4 miljoner H&M-aktier, till ett värde av cirka 1 miljard kronor. Programmet som kallas HIP (H&M Incentive Program), uppmärksammar medarbetarnas dagliga engagemang och långsiktiga deltagande. HIP fungerar på samma sätt för alla i hela H&M-koncernen – oavsett position, lön, land, hel- eller deltid.

Anställda som arbetat minst fem år inom H&M-koncernen får genom HIP ta del av eventuella vinstökningar inom företaget. HIP får ett bidrag från H&M-koncernen, baserat på 10 procent av vinstökningen efter skatt mellan två på varandra följande räkenskapsår, före avsättning till

HIP. För räkenskapsåret 2013/14 tilldelades HIP 303 miljoner kronor. Hela beloppet investeras i H&M-aktier.

Grundregeln är att utbetalning påbörjas tidigast vid 62 års ålder. Det kommer dock att finnas möjlighet att få sina andelar utbetalda redan efter tio anställningsår, dock tidigast 2021. Regler för utbetalning avviker i några länder på grund av landsspecifik lagstiftning.

Mer information om H&M som arbetsgivare finns på hm.com/jobs där det går att läsa vidare om alla yrkesroller och karriärmöjligheter som finns på H&M, samt de olika förmåner som H&M erbjuder medarbetarna.

Medarbetarnas engagemang är nyckeln till H&M:s framgång.

— EXPANSION —

Expansion världen över

H&M fortsätter att växa framgångsrikt både på befintliga marknader och i nya länder. Den långsiktiga expansionen omfattar samtliga H&M:s varumärken och sker via butiker såväl som online.



H&M växer vidare i snabb takt och når allt fler kunder globalt. I dag finns över 3500 butiker i 55 länder. Parallellt med den kraftiga butikstillväxten expanderar H&M också med onlinebutiken hm.com till nya länder.

Med flera varumärken och koncept erbjuder H&M kunderna ett brett och varierat sortiment av inspirerande och prisvärt mode med bra kvalitet; och gör det på ett hållbart sätt. H&M:s erbjudande attraherar kunder världen över, och kollektionerna uppskattas lika mycket i de stora modemetropolerna som i små och medelstora städer. Därför kan H&M med framgång växa på djupet på varje marknad och samtidigt välkomna kunder i nya länder. Under 2014 öppnades 379 nya butiker netto, samtliga varumärken inräknade. Två nya länder tillkom under året – Australien och Filippinerna – båda spännande länder med stor potential för H&M.

H&M HETT EFTERLÄNGTAT

Den första H&M-butiken i Australien öppnade i Melbourne den 5 april 2014. Belägen i den historiska byggnaden General Post Office, blev butiken en av årets allra finaste nya flaggskeppsbutiker. Intresset inför öppningen var enormt stort. Över 3000 kunder köade i flera timmar, många till och med över natten, för att bli de första att shoppa på H&M. Kundernas fantastiska mottagande överträffade till och med H&M:s egna, högt ställda förväntningar och redan under hösten 2014 fortsatte expansionen med en butik även i Sydney. Under 2015 planeras ytterligare butiker öppna i Australien.

Även i Filippinerna var H&M hett efterlängtat. Omkring 2500 kunder köade till invigningen av den första butiken, som öppnade i shoppinggallerian SM Megamall i Manilla den 17 oktober 2014. Sedan dess har flera nya butiker öppnat i Manilla.



Motstående sida Fifth Avenue i New York.
Överst Melbourne, H&M:s första butik i Australien. **Till höger** Öppning i Peking, Kina. **Nedan** H&M i Saint-Germain, Paris. **Nederst till höger** Hatten Square i Malacca, Malaysia.



H&M:s framgångsrika butiksexpansion fortsätter. Bara under 2014 tillkom 379 nya butiker netto.



H&M fortsätter att öppna nya butiker i snabb takt. Under 2015 planeras cirka 400 nya butiker netto.



Ovan Fredrik Olsson, expansionsansvarig på H&M. **Ovan till höger** Filippinerna blev ny H&M-marknad 2014 med öppningarna av de första butikerna i Manilla.

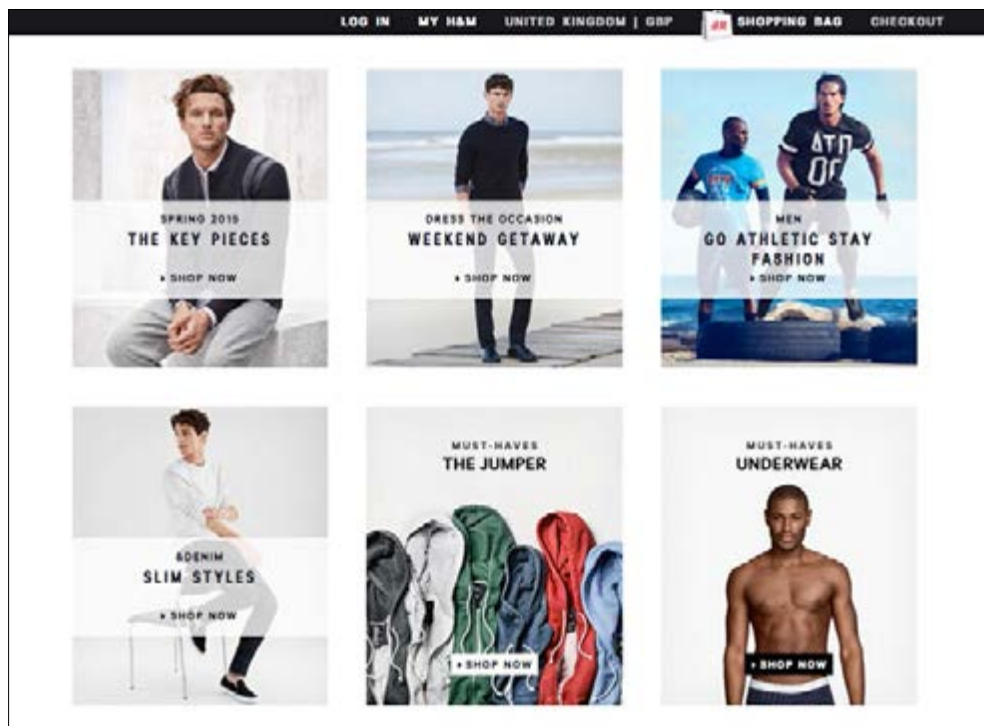
Till höger Ny flaggskeppsbutik i München i Tyskland, som är H&M:s enskilt största marknad med 440 butiker. **Nedan** Kunder vid H&M:s butiksöppning i Istanbul, Turkiet.



Asien bidrar alltmer till koncernens expansion. Förutom det senaste tillskottet Filippinerna, finns H&M i Kina, Japan, Sydkorea, Singapore, Malaysia, Thailand och Indonesien. Allra störst är expansionen i Kina, som på kort tid vuxit till en av H&M:s största marknader. Bara under 2014 öppnade H&M 86 nya butiker netto i Kina och vid slutet av året var det totala antalet butiker i Kina 291. Bland de nya öppningarna är flera flaggskeppsbutiker; H&M har bland annat öppnat på Shanghais allra hetaste shoppinggata, East Nanjing Road, och i den trendiga gallerian Sanlitun Taikoo Li i Peking.

BÄSTA LÄGE VÄRLDEN ÖVER

H&M expanderar på företagets alla befintliga marknader. Efter Kina var USA det land med flest nya butiksöppningar under 2014. Den 17 juli öppnade världens hittills största H&M-butik på Fifth Avenue i New York. Öppningen firades i samarbete med den amerikanske konstnären Jeff Koons och Whitney Museum of American Art. Kundernas respons



Ovan H&M:s onlinebutik på hm.com.
Till höger Artisten och skådespelerskan
Coco Lee vid H&M:s öppning i Shanghai
i Kina. Nedan till höger H&M i Toronto, Kanada.



H&M:s onlinebutik hm.com finns i 13 länder och öppnar i ytterligare nio länder under 2015.

på ytterligare en flaggskeppsbutik på Manhattan har varit mycket positivt.

BREDD OCH VARIATION

H&M äger inga butikslokaler utan hyr dem i stället på tidsbegränsade kontrakt. Bredden och variationen inom koncernen ger en flexibilitet att utnyttja lokaler av olika storlek, utformning och karaktär.

Samtidigt som nya butiker öppnar på bästa läge världen över, uppdateras också det befintliga butiksbeståndet kontinuerligt, för att hela tiden erbjuda kunderna en inspirerande upplevelse. Tillsammans med rätt

skyltning, styling och varupresentation hjälper inredningen till att förmedla rätt känsla i butikerna och sätta fokus på kollektionerna och de olika koncepten.

ALLTID ÖPPET ONLINE

H&M ska också erbjuda inspirerande shopping online. H&M:s onlinebutik finns på hm.com, som är en av världens mest välbesökta modesajter. Online-butiken är lättnavigerad, interaktiv och helt mobilanpassad, och den gör H&M:s erbjudande ännu mer tillgängligt.

Även online sker expansionen i snabb takt. USA blev ny onlinemarknad





H&M växer med samtliga varumärken. Både & Other Stories och COS öppnade i USA under 2014.

2013 och under 2014 tillkom ytterligare fyra nya, stora länder: Frankrike, Italien, Spanien och Kina. Kundens mottagande har varit mycket positivt på samtliga marknader. Med online-försäljning i 13 länder vid utgången av 2014 planerar H&M att öppna onlinebutiken i ytterligare nio länder under 2015. Nya marknader blir Belgien, Bulgarien, Tjeckien, Ungern, Polen, Portugal, Rumänien, Slovakien och Schweiz.

Shopping online erbjuds också hos de andra varumärkena i H&M-koncernen. COS går att handla online både i Europa och i USA, totalt i 19 länder. Monki, Weekday och Cheap Monday har onlinebutiker i 18 europeiska länder, medan & Other Stories onlinebutik finns i 13 länder, i Europa och i USA.

ALLA VARUMÄRKEN EXPANDERAR

COS har vuxit snabbt sedan lanseringen 2007. Bara under 2014 tillkom sex nya marknader och 29 nya butiker. I Berlin öppnade världens 100:e COS-butik under året. USA fick sina första COS-butiker, en i Los Angeles och en i New York. Även Australien blev ny marknad för COS. Med totalt 114 butiker i 25 länder är COS i dag ett internationellt etablerat modevarumärke.

& Other Stories, som är H&M-koncernens allra nyaste modevarumärke,

har också det fått ett fantastiskt mottagande av kunderna. Sedan lanseringen 2013 har & Other Stories öppnat butiker i 12 storstäder i Europa och finns sedan 2014 också i New York. Med USA har & Other Stories butiker i totalt tio länder.

H&M expanderar också med Monki, Weekday och Cheap Monday liksom med H&M Home. Under 2014 öppnade H&M Home i ytterligare 63 H&M-butiker på 14 marknader.

KRAFTIG BUTIKSEXPANSION 2015

H&M:s allra första butik öppnade i Västerås 1947. Sedan dess har H&M vuxit till ett av världens ledande modeföretag. Framgångarna och den goda utvecklingen har under åren gett en stark finansiell ställning, och det finns en handlingsfrihet att fortsätta

Motstående sida
H&M i Melbourne, Australien.
Ovan & Other Stories i New York.
Överst COS i Los Angeles.
Ovan till vänster H&M Man i Stockholm.
Överst till vänster H&M vid Piazza del Duomo i Milano, Italien.

växa och ta tillvara affärsmöjligheter. Potentialen är stor för fortsatt expansion under många år framöver. Tillväxtmålet är att öka antalet butiker med 10–15 procent per år vilket betyder en kraftig butiksexpansion även 2015. Cirka 400 nya butiker netto planeras för 2015, samtliga varumärken inräknade. Kina och USA förväntas återigen bli H&M:s största expansionsmarknader. Nya marknader för 2015 blir Taiwan, Peru, Macao, Sydafrika och Indien.

Expansionen fortsätter också för de övriga varumärkena. Både COS och & Other Stories kommer att öppna fler nya butiker under 2015 jämfört med 2014. Även H&M Home fortsätter att expandera snabbt med ett 100-tal nya H&M Home-avdelningar och cirka tio nya marknader planerade för 2015.



H&M i 55 länder

Med 3 511 butiker i 55 länder och sex modevarumärken har H&M en stark global ställning och potentialen för fortsatt expansion är stor.

MARKNADSÖVERSIKT 2014

LAND	NYA BUTIKER NETTO UNDER ÅRET	ANTAL BUTIKER 30 NOV 2014	LAND	NYA BUTIKER NETTO UNDER ÅRET	ANTAL BUTIKER 30 NOV 2014
Tyskland	22	440	Portugal	3	30
USA	51	356	Ungern	2	35
Storbritannien	8	253	Sydkorea	6	22
Frankrike	8	205	Tjeckien	5	43
Kina	86	291	Irland	1	20
Sverige	-1	176	Singapore	4	10
Nederländerna	5	135	Kroatien	1	14
Italien	16	132	Malaysia	11	18
Spanien	3	159	Mexiko	3	6
Schweiz	6	93	Slovenien	-	12
Norge	4	118	Australien	3	3
Österrike	1	73	Slovakien	2	15
Danmark	2	99	Luxemburg	-	10
Belgien	5	78	Bulgarien	5	16
Polen	18	140	Chile	-	1
Japan	12	51	Lettland	3	6
Kanada	6	72	Serbien	3	5
Ryssland	20	71	Estland	3	6
Finland	2	60	Litauen	4	6
Grekland	3	30	Filippinerna	3	3
Turkiet	10	30	Franchise*	20	130
Rumänien	10	38	TOTALT	379	3511

* Förenade Arabemiraten, Kuwait, Qatar, Saudiarabien, Egypten, Bahrain, Oman, Libanon, Israel, Marocko, Jordanien, Thailand och Indonesien.

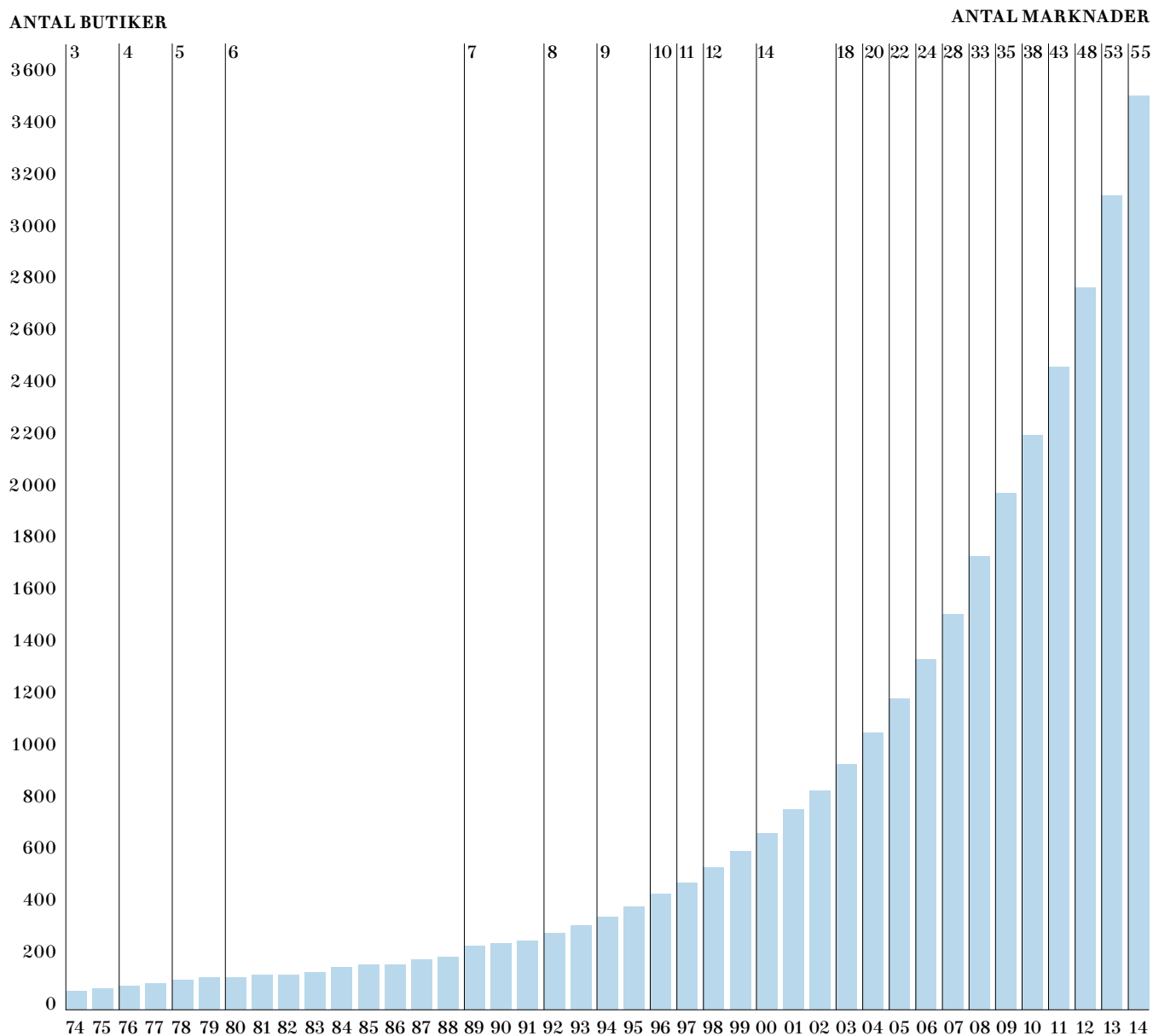
BUTIKSANTAL PER VARUMÄRKE 2014

	H&M	<i>& other Stories</i>	COS	MONKI	MTWTFSS WEEKDAY	CHEAP MONDAY	SUMMA KONCERNEN
Nya butiker netto under året	325	9	29	13	1	2	379
Antal butiker 30 nov 2014	3261	17	114	92	22	5*	3511**

* Cheap Monday säljs främst via 2 000 återförsäljare i mer än 35 länder.

** Av totalt antal butiker var 130 franchisebutiker.

EXPANSIONSUTVECKLING 1974*-2014



* Börsintroduktion 1974.

ÅRTAL

H&M genom tiderna

1947 öppnade Erling Persson butiken Hennes i Västerås. Med affärsidén att erbjuda mode och kvalitet till bästa pris har H&M vuxit till ett ledande globalt modeföretag med flera självständiga varumärken.



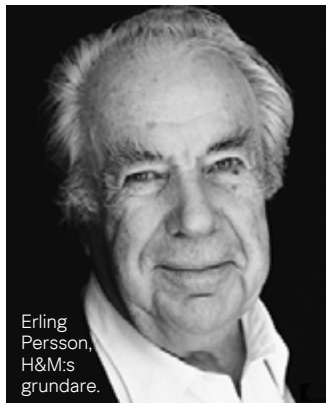
Den första butiken, Hennes i Västerås.

1947

H&M:s historia börjar när grundaren Erling Persson öppnar den första butiken, i Västerås. Butiken säljer damkläder och får namnet Hennes.

1964

Norge blir första utlands-etableringen.



Erling Persson, H&M:s grundare.

1968

Erling Persson köper jakt- och fiskeaffären Mauritz Widfors i Stockholm och ett lager herrkläder följer med köpet. Namnet ändras till Hennes & Mauritz. Herr- och även barnkläder börjar säljas.

1974

H&M noteras på Stockholmsbörsen.

1976

London, Storbritannien, blir den första etableringen utanför Skandinavien.

1980–1999

Den globala expansionen startar med etableringar på nya marknader som Tyskland, Nederländerna, Belgien, Österrike, Luxemburg, Finland och Frankrike.

2000

De första H&M-butikerna i USA och Spanien öppnar år 2000. Följande år tillkommer fler europeiska marknader.

2004

H&M inleder designersamarbeten och först ut är Karl Lagerfeld, ett gästspel som kommer att följas av samarbeten med flera av världens stora designers och modeikoner. Läs mer på nästa uppslag om de första tio åren med H&M:s populära samarbeten.

2006

Stor expansion av H&M:s onlinebutik inleds i Europa. De första franchisebutikerna öppnar i Mellanöstern.

2007–2009

H&M Conscious Foundation grundas 2007, som en icke vinstdrivande global stiftelse. De första H&M-butikerna i Ostasien öppnar, i Hongkong, Shanghai och Tokyo. H&M växer med nya varumärken: COS lanseras 2007 och 2008 köper H&M

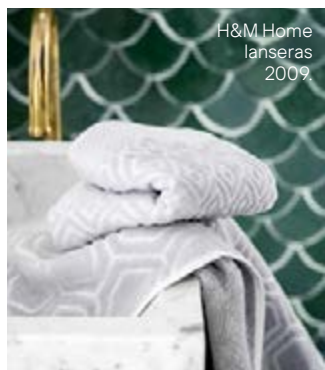


COS lanseras 2007.

modeföretaget FaBric Scandinavien AB med varumärkena Cheap Monday, Monki och Weekday. H&M Home lanseras 2009.

2010

Conscious Collection lanseras för första gången, en kollektion tillverkad av mer hållbara material som till exempel ekologisk bomull och återvunnen polyester. H&M:s 2 000:e butik i världen öppnar, i Osaka i Japan.



H&M Home lanseras 2009.

H&M Conscious Collection 2010.



2011

Belöningsprogrammet HIP – H&M Incentive Program – för alla H&M:s medarbetare startar med en gåva från familjen Stefan Persson om cirka 1 miljard kronor placerade i H&M-aktier. HIP fungerar på samma sätt för alla i H&M-koncernen oavsett position, lön, land, hel- eller deltid.

2013

Det nya modevarumärket & Other Stories lanseras. H&M:s onlinebutik öppnar i USA. I Chengdu i Kina öppnar världens 3 000:e H&M-butik och de första butikerna på södra halvklotet öppnar i Chile och Indonesien. H&M startar Garment Collecting och blir därmed det första modeföretaget att erbjuda klädinsamling i butik globalt för återanvändning och återvinning.

H&M öppnar på södra halvklotet 2013.



H&M:s skokoncept förnyas 2014.



H&M öppnar i Australien 2014.

2014

Nya H&M Sport lanseras. H&M sluter kretsloppet för textilier med lanseringen av de första denimplaggen tillverkade av bland annat återvunnet material från H&M:s Garment

Collecting. H&M:s skokoncept breddas och förnyas. Australien och Filippinerna blir nya H&M-marknader och onlinebutiken hm.com öppnar i fyra nya länder: Frankrike, Italien, Spanien och Kina.



& Other Stories lanseras 2013.

10 år med designersamarbeten

Design är inte en fråga om pris. I en serie kollektioner som fascinerat, överraskat och älskats av kunder i hela världen, har H&M gjort modegiganter som Karl Lagerfeld, Versace, Roberto Cavalli och Alexander Wang tillgängliga för en större publik.

År 2014 firade de populära designersamarbetena tioårsjubileum.



2004
Karl Lagerfeld.

Karl Lagerfeld

Tillsammans med H&M skapade legendariske Karl Lagerfeld det allra första designersamarbetet – en kollektion med skarpt skurna moderna klassiker som partyklänningar, kavajer och denimplagg i minimalistiskt svartvit färgskala.

Stella McCartney

Maskulint mötte feminint när Stella McCartney bjöd H&M:s kunder på välskurna klänningar, jumpsuits och ytterplagg i djupa modefärger som midnattsblått och hallonrött.



2005
Stella McCartney.

Viktor&Rolf

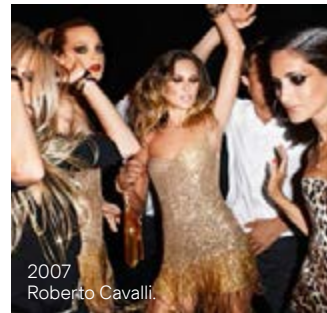
Konceptuella Viktor&Rolf inspirerades av kärleken i hjärtformade applikationer, spännen och vävda mönster på ikoniska plagg som en välskuren trenchcoat, v-ringade kashmirtröjor och H&M:s allra första bröllopsklänning.



2006
Viktor&Rolf.

Roberto Cavalli

Ultra-glamigt och supersensuellt: Roberto Cavallis designersamarbete fokuserade på spektakulära festkläder i material som guldlamé och skinn, bland annat i husets ikoniska djurprint, för både kvinnor och män.



2007
Roberto Cavalli.



2008
Comme des
Garçons.

Comme des Garçons

Comme des Garçons är kända för såväl innovativa skärningar som bärbara vardagsplagg. H&M-kollektionen, i djupt svartblå toner och för huset typiska material som kokad ull och gabardin, inkluderade även en exklusiv doft.

2009
Matthew
Williamson.



Matthew Williamson

Intensiva färger, spektakulära mönster och eleganta applikationer lyste upp Williamsons chict bohemiska semesterkollektion, vilken även inkluderade designerns allra första herrplagg.

Jimmy Choo

Med Jimmy Choo kom ett samarbete där husets sofistikerat glamourösa stiletter och nitklädda boots fick sällskap av märkets allra första klädesplagg, inklusive en exklusiv mockaklänning i husets blå signaturfärg.

2009
Jimmy Choo.



Sonia Rykiel

Inför jul skapade legendariska Paris-huset Sonia Rykiel en chic lingeriekollektion i silke, sammet och bomullstull samt lekfulla accessoarer. Till våren följdes de upp med en stickad serie i märkets typiska färgglada ränder.

2010
Sonia Rykiel.



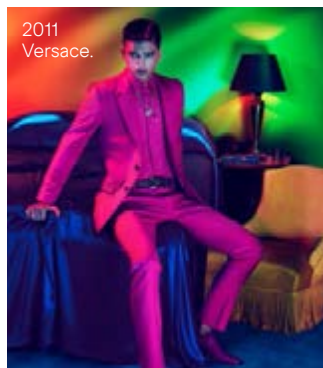
Lanvin

Couturekänsla i minsta detalj präglade Lanvin♥H&M – en serie exklusiva festklänningar med smickrande volanger och råa sömmar i material som siden och guldlamé samt lekfulla accessoarer och elegant gatusmarta herrplagg.

2010
Lanvin.



2011
Versace.



Versace

Donatella Versace letade mönster, färger och skärningar i sitt modehus rika historia. Resultatet blev ikoniska plagg och heminredningsdetaljer, allt i Versaces glamourösa och överdådiga stil.

Marni

Med en kollektion full av starka mönster, vida kjolar, korta byxlängder och material som jacquardväv och bomullspoplin tog Marni både sin alldeles egna silhuett och sin fingertoppskänsla för udda matchningar till H&M.



2012
Marni.

Maison Martin Margiela

H&M och Maison Martin Margiela skapade en serie reproduktioner av det inflytelserika avant gardehusets allra mest ikoniska plagg – från omgjorda bikerjackor till horisontella klänningar.

2012
Maison
Martin
Margiela.



Isabel Marant

En chict parisisk look med rockig, lite lekfull udd och fokus på perfekt passform är Isabel Marants signatur. Designerns H&M-kollektion fokuserade på garderobsfavoriterna hon själv alltid återkommer till.

2013
Isabel Marant.



Alexander Wang

Samarbetet med stjärnskottet Alexander Wang resulterade i ett perfekt möte mellan sport och mode med futuristisk känsla och tekniskt avancerade funktionsmaterial.

2014
Alexander
Wang.



Tröja
99:-





H&M
i siffror
2014



Förvaltningsberättelse

Styrelsen och verkställande direktören för H & M Hennes & Mauritz AB (publ), 556042-7220, med säte i Stockholm avger härmed årsredovisning och koncernredovisning för räkenskapsåret 2013-12-01-2014-11-30, hädanefter benämnt som räkenskapsåret 2014 i nedanstående text.

VERKSAMHET

H&M-koncernens verksamhet består i huvudsak av försäljning av kläder, accessoarer, skor, kosmetik och hemtextil till konsument.

H&M-koncernen erbjuder mode från varumärkena H&M, & Other Stories, COS, Monki, Weekday, Cheap Monday samt H&M Home.

H&M:s affärsidé är att erbjuda mode och kvalitet till bästa pris med strategin att H&M alltid ska ha det bästa kunderbudandet på varje enskild marknad. Hållbarhetsfrågor blir allt viktigare och i ett starkt kunderbudande ingår också att H&M är det mer hållbara alternativet för dagens allt mer medvetna kunder.

H&M-koncernen är ett designdrivet, kreativt och ansvarsfullt modeföretag som styrs av starka värderingar vilka utgår från en grundläggande respekt för individen och en tro på människors förmåga att ta egna initiativ. Med mode och kunden i fokus och medarbetarnas gemensamma ambition att hela tiden överträffa kundernas förväntningar växer H&M med kvalitet, hållbarhet och hög lönsamhet världen över. H&M:s etableringsprincip är att varje butik ska ha bästa affärsläge. Verksamheten bedrivs i hyrda butikslokaler samt via distanshandel, dvs försäljning via katalog och online, dessutom via franchise på vissa marknader. Vid utgången av räkenskapsåret fanns H&M på 55 marknader, varav 13 på franchisebasis. Det totala antalet butiker vid utgången av räkenskapsåret 2014 var 3 511, varav 3 261 var H&M-butiker, 114 COS-butiker, 92 Monki-butiker, 22 Weekday-butiker, 17 & Other Stories-butiker samt 5 Cheap Monday-butiker. Av koncernens totala antal butiker var 130 franchisebutiker. H&M Home, som främst säljer textil heminredning, finns i 104 H&M-butiker.

H&M:s sortiment erbjuds även via onlinehandel i 13 länder; Sverige, Norge, Danmark, Finland, Nederländerna, Tyskland, Österrike, Storbritannien, USA, Frankrike, Italien, Spanien och Kina. H&M Home, heminredning, säljs via butiker i 17 länder samt via online. COS finns på 19 onlinemarknader och Monki, Weekday och Cheap Monday finns på 18 onlinemarknader. & Other Stories finns på 13 onlinemarknader.

H&M:s egna designers skapar tillsammans med mönsterkonstruktörer och inköpare ett sortiment som erbjuder ett brett och inspirerande mode för alla. H&M:s design- och inköpsfunktion skapar kollektionerna centralt.

H&M äger inga egna fabriker utan lägger ut tillverkningen av varorna på cirka 850 fristående leverantörer via H&M:s lokala produktionskontor i främst Asien och Europa. För att säkerställa framtida expansion sker en ständig översyn av produktionskapaciteten och den geografiska placeringen. Sedan en kort tid tillbaka förläggs en liten del av produktionen i Afrika.

För att säkerställa kvaliteten på varorna och att de tillverkas under goda arbetsförhållanden sker ett nära samarbete med leverantörerna. Produktionskontoren ansvarar för att ordern placeras hos rätt leverantör, att varan tillverkas till rätt pris och är av god kvalitet, levereras vid rätt tidpunkt samt kontrollerar att tillverkningen sker under goda arbetsförhållanden.

Tester, som till exempel kemikalietester och tvätttester, utförs kontinuerligt på produktionskontoren och på externa laboratorier. Varorna transporteras sedan främst via fartyg och järnväg men också med lastbil eller flyg till olika distributionscentraler. Därifrån distribueras varorna direkt till butikerna och/eller till regionala påfyllnadslager.

Bästa pris uppnås genom egen design, inga mellanhänder, skal-

fördelar, att köpa rätt vara från rätt marknad, kostnadsmedvetenhet i alla led samt en effektiv logistik.

HÅLLBARHET

H&M är ett av världens ledande modeföretag och med det följer ansvar. H&M satsar stora resurser på ökad hållbarhet i alla led. Det omfattande arbetet för ökad hållbarhet är en investering i H&M:s kunderbudande och gynnar H&M:s långsiktiga utveckling.

Strävan efter att skapa sociala förbättringar, förbättra arbetsvillkoren i leverantörsledet och minimera miljöpåverkan är nära kopplat till både H&M:s affärsidé och strategi. Visionen är att all H&M:s verksamhet ska drivas på ett sätt som är ekonomiskt, socialt och miljömässigt hållbart. H&M bedriver ett aktivt och omfattande arbete för att skapa förbättringar längs produkternas hela livscykel och i de samhällen där H&M verkar.

Hållbarhet är en integrerad del av H&M:s verksamhet och innefattar bland annat frågor om miljö, etik och mänskliga rättigheter. H&M:s hållbarhetsstrategi innebär att hållbarhetsarbetet bedrivs som en del av det dagliga arbetet inom företagets samtliga verksamhetsområden. Strategin innebär att ansvaret för miljö och sociala frågor ligger på var och en av koncernens funktioner och att den centrala avdelningen för hållbarhet sätter riktning och koncernmål för företagets hållbarhetsarbete samt fungerar som stödfunktion för funktionerna i hållbarhetsfrågor.

H&M har ingen egen tillverkning, utan lägger i stället ut produktionen av varorna till fristående leverantörer. På H&M:s tillverkningsmarknader arbetar över 100 specialiserade hållbarhetsexperter med fortsatta förbättringar inom hållbarhetsområdet samt att se till att H&M:s leverantörer lever upp till H&M:s krav på goda sociala och miljömässiga förhållanden.

Som direkt köpare och säljare på ett stort antal marknader bidrar H&M till handel mellan länder. Internationell handel skapar sysselsättning och ekonomisk tillväxt, vilket är särskilt viktigt för utvecklingsländer eftersom det hjälper till att lyfta människor och nationer ur fattigdom. Till exempel bidrar H&M som stor köpare till att över en miljon arbetstillfällen skapats främst i textilindustrin i Asien där många av H&M:s inköpsmarknader finns.

För många länder har jobben i textilindustrin inte bara lett till minskad fattigdom. Tillväxten i textilbranschen har också lett till en vidare industriell utveckling – med ökad produktivitet, mer specialisering och högre löner som följd. Den fortsatta närvaron av långsiktiga, ansvarsfulla inköpare är därför viktigt för ländernas framtid.

H&M använder sin storlek och sitt inflytande för att påverka utvecklingen i en positiv riktning och verkar för långsiktiga förbättringar för personalen hos leverantörerna som tillverkar H&M:s varor. För att göra verklig skillnad på lång sikt samarbetar H&M också med andra företag, intresseorganisationer och regeringar. Det gäller bland annat i viktiga branschfrågor som säkerhet, hälsa och löner. Till exempel driver H&M ett särskilt arbete för att åstadkomma rättvisa levnadslöner för leverantörernas anställda.

H&M:s satsningar på sociala förbättringar och minimerad miljöpåverkan sträcker sig även bortom leverantörsledet och längs produkternas hela livscykel – från ansvarsfullt, effektivt nyttjande av naturresurser till hur kunderna vårdar, och återvinner, plaggen de köpt. H&M har till exempel tillsammans med Världsnaturfonden (WWF) analyserat vattenhanteringen längs plaggens hela livscykel och utifrån detta utvecklat en global strategi för H&M:s vattenarbete. Vidare har H&M kemikalierestriktioner som är bland de mest omfattande i branschen och policyer som beskriver företagets produktansvar gentemot människor, djur och natur.

En av H&M:s målsättningar är att all bomull i sortimentet ska komma från mer hållbara källor senast 2020. Huvudsatsningen för att nå detta mål är H&M:s medverkan i Better Cotton Initiative (BCI) där H&M är en av de drivande krafterna och är representerat i styrgruppen. BCI:s syfte är att bidra till bättre bomullsodling globalt och göra odlingen mer miljömässigt, socialt och ekonomiskt hållbar. H&M var störst användare i världen av ekologisk bomull under 2013.

H&M:s fullständiga hållbarhetsredovisning publiceras årligen på www.hm.com/conscious och följer riktlinjerna för hållbarhetsredovisning enligt Global Reporting Initiative (GRI). På hm.com finns även H&M:s hållbarhetspolicy, human rights policy, material ethics policy, animal welfare policy, uppförandekoden Code of Conduct, Code of Ethics samt kemikalierestriktioner.

MEDARBETARE

H&M:s verksamhet ska präglas av en grundläggande respekt för individen. Det gäller allt från rimliga löner, arbetstider och fackföreningsfrihet till möjligheten att växa och utvecklas i företaget. Företagets värderingar, H&M-andan, som funnits sedan grundaren Erling Perssons dagar, baseras bland annat på medarbetarnas förmåga att använda sitt sunda förnuft till att ta ansvar och ta egna initiativ.

H&M har vuxit kraftigt ända sedan starten 1947 och hade vid räkenskapsårets slut drygt 132 000 medarbetare. Medelantalet anställda i koncernen, omräknat till heltidstjänster, uppgick till 93 351 (81 099), varav 7 489 (6 868) i Sverige.

Av medelantalet anställda var 76 procent kvinnor och 24 procent män. Av de anställda som har ansvarspositioner i företaget, som till exempel butikshefer och landschefer, var 72 procent kvinnor.

FÖRSÄLJNING OCH RESULTAT

Omsättningen inklusive moms ökade i lokala valutor med 14 procent under räkenskapsåret. Efter omräkning till SEK ökade omsättningen inklusive moms till MSEK 176 620 (150 090). Exklusive moms ökade omsättningen till MSEK 151 419 (128 562), en ökning med 18 procent.

Koncernens bruttoresultat för räkenskapsåret 2014 uppgick till MSEK 89 052 (76 025), en ökning med 17 procent. Det motsvarar en bruttomarginal om 58,8 procent (59,1).

Rörelseresultatet uppgick till MSEK 25 583 (22 090). Det motsvarar en rörelsemarginal om 16,9 procent (17,2).

Rörelseresultatet för räkenskapsåret 2014 har belastats med avskrivningar om MSEK 5 045 (4 191). Koncernens positiva finansnetto uppgick till MSEK 312 (358).

Resultatet efter finansiella poster uppgick till MSEK 25 895 (22 448).

Koncernens resultat efter en skattesats på 22,9 procent (23,9) blev för räkenskapsåret 2014 MSEK 19 976 (17 093), vilket motsvarar ett resultat per aktie på SEK 12:07 (10:33), en ökning med 17 procent.

Årets resultat innebar en avkastning på eget kapital om 41,3 procent (38,4) och en avkastning på sysselsatt kapital om 53,1 procent (50,0).

RESULTATKOMMENTAR

2014 var ett mycket bra år för H&M. Under helåret ökade försäljningen med 14 procent i lokala valutor och 18 procent i svenska kronor till 176,6 miljarder SEK inklusive moms. Årets resultat efter skatt, före avsättningen till HIP, ökade med 18 procent till över 20 miljarder SEK. Väl mottagna kollektioner för alla koncernens varumärken och en fortsatt stark expansion både inom butik och online bidrog till ökade marknadsandelar och att H&M:s marknadsposition stärktes ytterligare.

16 000 nya arbetstillfällen skapades inom H&M-koncernen under 2014 och det totala antalet medarbetare uppgick till drygt 132 000 med-

arbetare vid räkenskapsårets slut. Medarbetarna och H&M-andan, dvs värderingarna, är nyckeln till framgången och årets goda resultat medförde att H&M avsatte MSEK 303 till belöningsprogrammet HIP – H&M Incentive Program. HIP vänder sig till alla medarbetare i H&M-koncernen och syftar till att uppmärksamma medarbetarnas dagliga och långsiktiga engagemang.

Många stora långsiktiga investeringar har genomförts inom IT, online, nya varumärken och breddning av produktsortimentet i syfte att stärka H&M-koncernens position ytterligare och säkra framtida expansion. Därutöver är H&M:s omfattande hållbarhetsarbete ytterligare ett exempel på hur mervärde ges till kunderna som alltid ska veta att det man handlar hos H&M är framtaget med största möjliga hänsyn till människor och miljö.

Samtidigt som de långsiktiga investeringarna fortsätter, är det tydligt att satsningarna inom bland annat online börjar bära frukt. Under 2014 har H&M:s onlinebutik öppnat på fyra nya stora marknader; Frankrike, Italien, Spanien och Kina vilket i kombination med ytterligare förbättringar inom online bidragit till årets goda försäljningsutveckling. Därför rullas H&M:s onlinebutik under 2015 ut till nio nya marknader; Belgien, Bulgarien, Tjeckien, Ungern, Polen, Portugal, Rumänien, Slovakien och Schweiz.

I början av 2014 lanserades framgångsrikt H&M Sport och under hösten lanserades successivt det utökade skosortimentet i utvalda H&M-butiker och via online. Ett ytterligare steg i att bredda H&M:s produktsortiment är att H&M Beauty under hösten 2015 börjar att lanseras. H&M Beauty är ett nytt och brett koncept inom make-up, kropps- och hårvård av hög kvalitet till bästa pris i specialframtagen design. H&M Beauty, som ersätter H&M:s nuvarande egenproducerade kosmetik, kommer redan under 2015 att lanseras i cirka 900 H&M-butiker på cirka 40 marknader samt på H&M:s onlinemarknader.

SKATT

För räkenskapsåret 2014 blev skattesatsen 22,9 procent (23,9). Skattesatsens utfall beror på resultaten i koncernens olika bolag och bolags-skattesatserna i respektive land. H&M-koncernens skattesats för räkenskapsåret 2014/2015 beräknas bli 22,5–23,5 procent.

MODERBOLAGET

Moderbolaget hade under räkenskapsåret 2014 en extern omsättning om MSEK 47 (35). Resultatet efter finansiella poster uppgick till MSEK 16 248 (16 998). Investeringar i anläggningstillgångar uppgick till MSEK 274 (161).

FINANSIELL STÄLLNING OCH KASSAFLÖDE

Koncernens balansomslutning per den 30 november 2014 uppgick till MSEK 75 597 (65 676). Den löpande verksamheten genererade ett positivt kassaflöde om MSEK 24 156 (23 840). Kassaflödet påverkades av bland annat utdelningar om MSEK -15 723 (-15 723), investeringar i anläggningstillgångar om MSEK -9 391 (-8 027) och av förändringar i kortfristiga placeringar med löptid 4 till 12 månader om MSEK 704 (-311). Koncernens kassaflöde för räkenskapsåret uppgick till MSEK -275 (-252). Likvida medel inklusive kortfristiga placeringar uppgick till MSEK 16 693 (17 224).

Koncernens soliditet uppgick till 68,2 procent (68,9) och andelen riskbärande kapital motsvarade 72,5 procent (73,0).

Eget kapital fördelat på de utestående 1 655 072 000 (1 655 072 000) aktierna uppgick per den 30 november 2014 till SEK 31:15 (27:34).

LIKVIDITETSHANTERING

Under 2014 har längsta placeringstid varit åtta månader. Koncernen nyttjar inte några derivatinstrument på räntemarknaden. Handel i aktier eller liknande instrument förekommer inte heller. Se även not 2 Finansiella risker.

HÄNDELSER EFTER BALANSDAGEN

Som tidigare kommunicerats ökade omsättningen inklusive moms i lokala valutor i december 2014 med 15 procent jämfört med motsvarande månad föregående år.

Försäljningen inklusive moms i januari 2015 beräknas öka med 14 procent i lokala valutor jämfört med motsvarande månad föregående år.

EXPANSION OCH FRAMTIDA UTVECKLING

H&M ser fortsatt positivt på den framtida expansionen och koncernens affärsmöjligheter. Den kraftiga expansionen fortsätter.

H&M:s tillväxtmål ligger fast. Målet är att öka antalet butiker med 10–15 procent per år med fortsatt hög lönsamhet.

För helåret 2015 planeras ett nettotillskott om cirka 400 nya butiker. Under 2015 planeras flest butiker att öppnas i Kina och USA. Det finns även fortsatt stora möjligheter till expansion i övriga befintliga länder och på nya marknader.

Taiwan, Peru, Macao, Sydafrika och Indien blir nya H&M-marknader under 2015.

Koncernen fortsätter arbetet med den globala utrullningen av H&M:s onlinebutik. Under 2015 planerar H&M att öppna nio nya onlinemarknader; Belgien, Bulgarien, Tjeckien, Ungern, Polen, Portugal, Rumänien, Slovakien och Schweiz.

Expansionen för koncernens övriga varumärken COS, Monki, Weekday, Cheap Monday och & Other Stories fortsätter. Störst expansionsfokus är på COS och & Other Stories som kommer att öppna fler butiker under 2015 jämfört med 2014. Expansionen kommer huvudsakligen att ske på befintliga marknader.

Även H&M Home fortsätter sin snabba expansion under 2015 med ett 100-tal nya H&M Home-avdelningar och för året planeras cirka 10 nya H&M Home-marknader.

Exempel på pågående långsiktiga satsningar inom breddningen av H&M:s produktsortiment är H&M Sport, H&M Beauty samt det utökade skosortimentet.

Under hösten 2015 lanseras H&M Beauty – ett eget och brett koncept inom make-up, kropps- och hårvård av hög kvalitet till bästa pris i specialframtagen design. H&M Beauty, som ersätter H&M:s nuvarande egenproducerade kosmetik, kommer redan i år att lanseras i cirka 900 H&M-butiker på cirka 40 marknader samt via online.

US-dollar kursen har sedan hösten 2014 stärkts kraftigt gentemot de flesta valutorna, t ex euron. Även om den allt starkare US-dollar kursen kommer att innebära successivt ökade inköpskostnader för inköpen till Q2, Q3 och Q4 2015 kommer H&M fortfarande att se till att ha det bästa kunderbudandet på varje enskild marknad.

RIKTLINJER FÖR ERSÄTTNING TILL LEDANDE BEFATTNINGSHAVARE

Årsstämman den 29 april 2014 beslutade om följande riktlinjer för ersättning till ledande befattningshavare.

Styrelsen anser att det är av största vikt att ledande befattningshavare har marknadsmässig, konkurrenskraftig och attraktiv ersättning både vad gäller fast och rörlig kompensation utifrån ansvar och prestation. Styrelsens förslag till ersättningar är för bolagets och aktieägarnas

bästa utifrån ett tillväxtperspektiv då det bidrar till att motivera och behålla talangfulla och engagerade ledande befattningshavare.

Styrelsens förslag till riktlinjer inför årsstämman 2014 skiljer sig från tidigare riktlinjer eftersom förslaget till årsstämman 2014 även innehåller kompletterande riktlinjer för ersättning till vissa ledande befattningshavare. Styrelsen har således delat upp riktlinjerna för ersättning till ledande befattningshavare i två delar; generella riktlinjer samt kompletterande riktlinjer.

De generella riktlinjerna, som är desamma som antogs vid årsstämman 2013, vänder sig till en grupp ledande befattningshavare om cirka 50 personer och grundar sig på prestationen året innan kopplat till vissa förutbestämda mätbara mål. De kompletterande riktlinjerna, som vänder sig till cirka en tredjedel av dessa personer, grundar sig på en "stanna kvar-princip". De kompletterande riktlinjerna gäller inte för vd, denne omfattas endast av de generella riktlinjerna.

Styrelsens motivering till de kompletterande riktlinjerna är att – mot bakgrund av H&M:s kraftiga expansionsskede och det viktiga utvecklingsskede som H&M befinner sig i inom bland annat multi-brand och multi-channel – se till att dessa nyckelpersoner i ledande befattningar stannar kvar inom H&M-koncernen under detta viktiga utvecklingsskede. Förslaget har beretts i styrelsen med hjälp av externa rådgivare.

Se nedan en mer ingående redogörelse över styrelsens förslag gällande generella samt kompletterande riktlinjer till årsstämman 2014 att besluta om:

GENERELLA RIKTLINJER

Begreppet ledande befattningshavare omfattar vd, övrig koncernledning, landschefer samt vissa nyckelpersoner. Antalet personer som räknas in i begreppet ledande befattningshavare är för närvarande cirka 50.

Kompensationen till ledande befattningshavare baseras på faktorer som arbetsuppgifter, kompetens, befattning, erfarenhet och prestation. Ledande befattningshavare erhåller en kompensation som företaget anser vara marknadsmässig och konkurrenskraftig. Ledande befattningshavare är även berättigade till de förmåner som följer av H&M Incentive Program.

H&M finns i mer än 40 länder exklusive franchiseländer och därför kan kompensationen sinsemellan skilja sig åt. Ledande befattningshavare har fast lön, pensionsförmåner samt andra förmåner såsom t ex bilförmåner. Den största delen av ersättningen utgörs av den fasta lönen. För den rörliga delen, se avsnitt nedan.

Koncernledningen och vissa nyckelpersoner omfattas, utöver ITP-planen, av antingen en förmåns- eller premiebaserad pensionslösning. För dessa personer gäller pensionsålder mellan 60–65 år. För koncernledningsmedlem samt landschefer som är anställda i ett dotterbolag i utlandet gäller lokal pensionsordning samt en premiebaserad pensionslösning. Pensionsåldern för dessa följer lokala pensionsåldersregler. Åtaganden är delvis täckta genom att separata försäkringar tecknats.

Uppsägningstid för ledande befattningshavare varierar mellan tre till tolv månader. Några avgångsvederlag, förutom för vd, förekommer inte inom H&M.

Pensionsvillkor mm för vd

Pensionsåldern för vd är 65 år. Vd omfattas av ITP-planen samt en premiepension och den sammanlagda pensionskostnaden ska uppgå till totalt 30 procent av den fasta lönen. Vd har ett års uppsägningstid. I det fall företaget säger upp anställningsavtalet utgår dessutom en årslön såsom avgångsvederlag.

Rörlig ersättning

Vd, landschefer, vissa i koncernledningen och vissa nyckelpersoner omfattas av ett bonussystem. Bonusens storlek per person grundar sig på måluppfyllelsen inom respektive ansvarsområde. Utfallet kopplas till de i förväg tydligt uppsatta mätbara resultatmålen (kvalitativa, kvantitativa, allmänna, individuella) inom respektive ansvarsområde. I dessa mål ingår även mätbara mål inom hållbarhet. Målen inom respektive ansvarsområde syftar till att främja H&M:s utveckling på både kort och lång sikt.

För vd kan bonusen uppgå till maximalt MSEK 0,9 netto efter skatt. För övriga ledande befattningshavare kan bonus uppgå till maximalt MSEK 0,3 netto efter skatt. Netto efter skatt betyder att inkomstskatt och sociala avgifter inte är inräknade. De utbetalade bonusbeloppen ska i sin helhet investeras i aktier i bolaget, vilka ska behållas i minst fem år. Då H&M finns på marknader med varierande personskattesatser har nettomodellen valts då det anses rimligt att mottagarna i de olika länderna ska kunna köpa samma antal H&M-aktier för de belopp som utbetalas.

Vid enstaka tillfällen kan övrig koncernledning, nyckelpersoner samt landschefer efter diskretionärt beslut av vd och styrelseordföranden erhålla engångsbelopp, dock maximalt 30 procent av den fasta årslönen.

KOMPLETTERANDE RIKTLINJER

Utöver de generella riktlinjerna har styrelsen även arbetat fram kompletterande riktlinjer för vissa chefer, vilka främst vänder sig till koncernledningen men även till vissa andra nyckelpersoner. Dock omfattas vd inte av de kompletterande riktlinjerna. Sammanlagt är det cirka en tredjedel av de ledande befattningshavarna som omfattas av de ovan nämnda generella riktlinjerna, som även omfattas av de kompletterande riktlinjerna.

De kompletterande riktlinjerna utgår från en "stanna kvar-princip" vilket betyder att den ersättning som är kopplad till de kompletterande riktlinjerna är villkorad av att den ledande befattningshavaren stannar kvar som anställd inom H&M-koncernen i minst fem år. Femårsregeln gäller, förutsatt att årsstämman 2014 beslutar om programmet, från och med från maj 2014 till och med maj 2019.

Kontantersättning 2019

Förutsatt att "stanna kvar-principen" uppfylls, har de ledande befattningshavare som omfattas av de kompletterande riktlinjerna rätt att efter fem år få en kontantersättning.

På individnivå kan kontantutbetalningen variera mellan MSEK 0,5 till MSEK 5 netto efter skatt, den exakta fördelningen per individ bestäms av vd och styrelseordföranden.

Kostnad för H&M: Den totala kostnaden för bolaget beräknas bli cirka MSEK 30 per år inklusive sociala avgifter under fem år.

ÖVRIGT

Styrelsen får frånga riktlinjerna för ersättning till ledande befattningshavare, om det i enskilda fall finns särskilda skäl för det.

STYRELSENS FÖRSLAG TILL ÅRSSTÄMMAN 2015 FÖR

RIKTLINJER FÖR ERSÄTTNING TILL LEDANDE BEFATTNINGSHAVARE

Styrelsens förslag till årsstämman den 29 april 2015 gällande riktlinjer för ersättning till ledande befattningshavare överensstämmer i sak med de riktlinjer som beslutades vid årsstämman 2014, se nedan.

Styrelsen anser att det är av största vikt att ledande befattningshavare har marknadsmässig, konkurrenskraftig och attraktiv ersättning både vad gäller fast och rörlig kompensation utifrån ansvar och prestation.

Styrelsens förslag till ersättningar är för bolagets och aktieägarnas bästa utifrån ett tillväxtperspektiv då det bidrar till att motivera och behålla talangfulla och engagerade ledande befattningshavare.

Styrelsens förslag till riktlinjer inför årsstämman 2015 är liksom de riktlinjer som beslutades vid årsstämman 2014 uppdelade i två delar: generella riktlinjer samt kompletterande riktlinjer.

De generella riktlinjerna vänder sig till en grupp ledande befattningshavare om cirka 50 personer och grundar sig på prestationen året innan kopplat till vissa förutbestämda mätbara mål. De kompletterande riktlinjerna vänder sig till en del av dessa personer. De kompletterande riktlinjerna, som förutom att utgå från prestationen i förhållande till uppsatta mål, är även villkorad av att den ledande befattningshavaren ska stanna kvar som anställd inom H&M-koncernen i minst fem år.

Styrelsens motivering till de kompletterande riktlinjerna är att – mot bakgrund av H&M:s kraftiga expansionskede och det viktiga utvecklingskede som H&M befinner sig i inom bland annat multi-brand och multi-channel – se till att dessa nyckelpersoner i ledande befattningar stannar kvar inom H&M-koncernen under detta viktiga utvecklingskede.

Se nedan en mer ingående redogörelse över styrelsens förslag gällande generella samt kompletterande riktlinjer till årsstämman 2015 att besluta om:

GENERELLA RIKTLINJER

Begreppet ledande befattningshavare omfattar vd, övrig koncernledning, landschefer samt vissa nyckelpersoner. Antalet personer som räknas in i begreppet ledande befattningshavare är för närvarande cirka 50.

Kompensationen till ledande befattningshavare baseras på faktorer som arbetsuppgifter, kompetens, befattning, erfarenhet och prestation. Ledande befattningshavare erhåller en kompensation som företaget anser vara marknadsmässig och konkurrenskraftig. Ledande befattningshavare är även berättigade till de förmåner som följer av H&M Incentive Program.

H&M finns i mer än 40 länder exklusive franchiseländer och därför kan kompensationen sinsemellan skilja sig åt. Ledande befattningshavare har fast lön, pensionsförmåner samt andra förmåner såsom t ex bilförmåner. Den största delen av ersättningen utgörs av den fasta lönen. För den rörliga delen, se avsnitt nedan.

Koncernledningen och vissa nyckelpersoner omfattas, utöver ITP-planen, av antingen en förmåns- eller premiebaserad pensionslösning. För dessa personer gäller pensionsålder mellan 60–65 år. För koncernledningsmedlem samt landschefer som är anställda i ett dotterbolag i utlandet gäller lokal pensionsordning samt en premiebaserad pensionslösning. Utöver ITP-planen, har inte några förmånsbaserade pensionslösningar för koncernledningen tecknats sedan 2005. Pensionsåldern för dessa följer lokala pensionsåldersregler. Åtaganden är delvis täckta genom att separata försäkringar tecknats.

Uppsägningstid för ledande befattningshavare varierar mellan tre till tolv månader. Några avgångsvederlag, förutom för vd, förekommer inte inom H&M.

Pensionsvillkor mm för vd

Pensionsåldern för vd är 65 år. Vd omfattas av ITP-planen samt en premiepension och den sammanlagda pensionskostnaden ska uppgå till totalt 30 procent av den fasta lönen. Vd har ett års uppsägningstid. I det fall företaget säger upp anställningsavtalet utgår dessutom en årslön såsom avgångsvederlag.

Rörlig ersättning

Vd, landschefer, vissa i koncernledningen och vissa nyckelpersoner omfattas av ett bonussystem. Bonusens storlek per person grundar sig på måluppfyllelsen inom respektive ansvarsområde. Utfallet kopplas till de i förväg tydligt uppsatta mätbara resultatmålen (kvalitativa, kvantitativa, allmänna, individuella) inom respektive ansvarsområde. I dessa mål ingår även mätbara mål inom hållbarhet. Målen inom respektive ansvarsområde syftar till att främja H&M:s utveckling på både kort och lång sikt.

För vd kan bonusen uppgå till maximalt MSEK 0,9 netto efter skatt. För övriga ledande befattningshavare kan bonus uppgå till maximalt MSEK 0,3 netto efter skatt. Netto efter skatt betyder att inkomstskatt och sociala avgifter inte är inräknade. De utbetalade bonusbeloppen ska i sin helhet investeras i aktier i bolaget, vilka ska behållas i minst fem år. Då H&M finns på marknader med varierande personskattesatser har nettomodellen valts då det anses rimligt att mottagarna i de olika länderna ska kunna köpa samma antal H&M-aktier för de belopp som utbetalas.

Vid enstaka tillfällen kan övrig koncernledning, nyckelpersoner samt landschefer efter diskretionärt beslut av vd och styrelseordföranden erhålla engångsbelopp, dock maximalt 30 procent av den fasta årslönen.

KOMPLETTERANDE RIKTLINJER

Utöver de generella riktlinjerna har styrelsen även arbetat fram kompletterande riktlinjer för vissa chefer och andra nyckelpersoner, så dessa personer omfattas således av både de generella och de kompletterande riktlinjerna. Dock omfattas vd inte av de kompletterande riktlinjerna.

Ersättningen enligt de kompletterande riktlinjerna, utgår från prestationen i förhållande till uppsatta mål, men är även villkorad av att den ledande befattningshavaren ska stanna kvar som anställd inom H&M-koncernen i minst fem år. Femårsregeln gäller, från och med det år årsstämman beslutade om programmet, vilket skedde på årsstämman våren 2014, till och med maj fem år senare dvs 2019.

Förutsatt att ovanstående kriterier uppfylls, har således de ledande befattningshavare som omfattas av de kompletterande riktlinjerna rätt att efter fem år erhålla en kontantersättning.

På individnivå kan kontantutbetalningen variera mellan MSEK 0,5 till MSEK 5 netto efter skatt, den exakta fördelningen per individ bestäms av vd och styrelseordföranden.

Kostnad för H&M: Den totala kostnaden för bolaget beräknas bli cirka MSEK 30 per år inklusive sociala avgifter under fem år.

ÖVRIGT

Styrelsen får frångå riktlinjerna för ersättning till ledande befattningshavare, om det i enskilda fall finns särskilda skäl för det.

För de fall styrelseledamot utför arbete för bolaget utöver styrelsearbetet kan särskilt arvode för detta betalas. Detta gäller också om arbetet utförs genom ett av styrelseledamoten helägt eller delägt bolag.

BOLAGSORDNING, ÅRSSTÄMMA

Styrelsen i H&M ska enligt H&M:s bolagsordning bestå av minst tre och högst tolv stämмоvalda styrelseledamöter med högst lika många suppleanter. Årsstämman beslutar om det exakta antalet styrelseledamöter samt vilka personer som ingår i styrelsen. Styrelseledamöterna väljs till slutet av nästa årsstämma. Bolagsstämman beslutar även om ändringar i bolagsordningen.

ANTAL AKTIER ETC

Det totala antalet aktier i H&M uppgår till 1655 072 000 varav

194400000 är A-aktier (tio röster per aktie) och 1460672000 är B-aktier (en röst per aktie). A-aktien är inte noterad. B-aktien är noterad vid Stockholmsbörsen, Nasdaq Stockholm.

Ramsbury Invest AB innehar samtliga 194400000 A-aktier vilka representerar 57,1 procent av rösterna samt 393049043 B-aktier vilka representerar 11,5 procent av rösterna. Detta innebär att Ramsbury Invest AB per den 30 november 2014 representerar 68,6 procent av rösterna och 35,5 procent av det totala antalet aktier. Ramsbury Invest AB ägs av familjen Stefan Persson, huvudsakligen av Stefan Persson. Karl-Johan Persson är också delägare i Ramsbury Invest AB.

Det föreligger inga rösträttsbegränsningar eller bemyndiganden till styrelsen beträffande utgivande respektive förvärv av egna aktier.

BOLAGSSTYRNINGSRAPPORT

H&M har valt att ha bolagsstyrningsrapporten som en från årsredovisningen skild handling enligt 6 kap 8 § i årsredovisningslagen.

RISKER OCH OSÄKERHETSFAKTORER

Det finns ett flertal faktorer som kan påverka H&M-koncernens resultat och verksamhet. Vissa kan hanteras genom interna rutiner, medan andra i högre utsträckning styrs av yttre faktorer. Risker och osäkerhetsfaktorer finns relaterade till modet, vädersituationer, makroekonomiska förändringar, hållbarhetsfrågor och externa faktorer i produktionsländerna, handelsinterventioner, valutor och skatter men kan även uppkomma vid etablering på nya marknader, lansering av nya koncept och hantering av varumärket.

MODET

Att vara verksam inom modebranschen är i sig en risk. Mode är en färskvara och det finns alltid en risk att någon del av kollektionerna inte uppskattas av kunderna.

Inom varje koncept gäller det att ha rätt volymer och att få rätt balans i mixen mellan basmode och de allra senaste trenderna. Sannantaget handlar det om att varje kollektion ska ha den rätta kombinationen av mode, kvalitet, pris och hållbarhet.

För att öka träffsäkerheten i modet arbetar koncernen med löpande inköp under säsong. Modet blir alltmer globalt men köpmönstren varierar mellan olika marknader, säsongstarten och säsongens längd kan exempelvis variera mellan länder. Därför anpassas både leveranstidpunkten och varuvolymer till de olika länderna och butikerna.

Hållbarhetsfrågor blir allt viktigare och kunderna blir allt mer medvetna inom hållbarhetsområdet. H&M arbetar mycket med hållbarhetsfrågor inom bland annat miljö, etik och mänskliga rättigheter och arbetar dagligen med att erbjuda kunderna ökad hållbarhet i alla kollektioner.

VÄDRET

H&M-koncernens varor köps in för att säljas baserat på en normal väderlek. Avvikelse från normal väderlek påverkar försäljningen. Det gäller framför allt vid skiftet mellan två säsonger, till exempel när sommar övergår till höst.

NEGATIVA FÖRÄNDRINGAR I MAKROEKONOMIN

Det finns risk för att negativa makroekonomiska och geopolitiska förändringar i ett land/flera länder kan leda till att förutsättningarna att bedriva verksamhet förändras negativt samt leda till lågkonjunktur vilket kan förändra köpbeteendet hos konsumenterna och därmed påverka koncernens försäljning. Det gäller därför att H&M uppmärksammar sådana förändringar samt har en flexibel inköpsmodell som kan anpassas till ändrade marknadsförutsättningar.

HÅLLBARHET OCH EXTERNA FAKTORER I PRODUKTIONSLÄNDERNA
Hållbarhet är en integrerad del av H&M:s verksamhet och innefattar bland annat frågor om miljö, etik och mänskliga rättigheter.

Riskområden inom hållbarhet, som många gånger är en branschfråga, är bland annat klimatförändringar, minskade naturtillgångar, arbetsförhållanden, korruption och politiskt instabila inköpsmarknader. H&M arbetar mycket aktivt med att stötta samhällsutvecklingen och driva verksamheten etiskt och klimatsmart samt att nyttja naturresurser på ett ansvarsfullt sätt. H&M:s återvinningsinitiativ Garment Collecting där kunderna kan lämna in använda kläder i klädboxar i butikerna är exempel på detta och H&M:s utbildning och uppföljning av anti-korruptionskoden Code of Ethics är en viktig del i att säkerställa att medarbetare och leverantörer lever upp till H&M:s högt ställda krav gällande affärsetik. Vatten används mycket inom textilindustrin men är samtidigt en begränsad naturresurs. H&M har därför i ett samarbete med Världsnaturfonden (WWF) utvecklat en global strategi för att förbättra H&M:s vattenarbete.

Det finns även osäkerhetsfaktorer som är kopplade till hur externa faktorer såsom valutor (se nedan), råvarupriser, transportkostnader och kapacitetsutrymmet hos leverantörerna påverkar inköpskostnaderna för koncernens varor. Det finns även risker kopplade till sociala spänningar på vissa inköpsmarknader vilket kan leda till instabilitet för leverantörerna och tillverkningen. Det gäller därför för koncernen att följa dessa förändringar på nära håll och ha utarbetade strategier för att hantera svängningar på ett så fördelaktigt sätt som möjligt för både bolaget och externa intressenter. H&M:s löneprojekt, som syftar till att åstadkomma bättre lönevillkor i textilarbetarbranschen är ett exempel på att stötta samhällsutvecklingen på inköpsmarknaderna.

"REPUTATIONAL" RISK

Som ett av världens ledande modeföretag åtnjuter H&M ett stort intresse och är ständigt i blickfånget. "Reputational" risk, dvs risken att företagets anseende och varumärke skadas, innebär en risk för minskad försäljning. Detta kan ske om befintliga och potentiella kunder förlorar tilltron till H&M och/eller något av dess varumärken eller allmänt till branschen på grund av negativ publicitet och rykten.

För att vårda och hantera varumärket är det viktigt att H&M-koncernen fortsätter att utvecklas och drivas enligt sina starka värderingar, vilka även kännetecknas av en hög etisk affärsmoral. För att förebygga "reputational risk" men även hantera eventuella incidenter är det viktigt med en korrekt, transparent och tillförlitlig kommunikation.

HANDELSINTERVENTIONER

Inköpskostnaderna kan påverkas av nationella beslut i form av export-/importsubventioner, tullar, textilkvoter, embargos etc. Effekterna påverkar i första hand kunder och företag på enskilda marknader. Globala företag med verksamhet i ett stort antal länder påverkas i mindre omfattning och mellan globala företag kan därför handelsinterventioner betraktas som i stort sett konkurrensneutrala.

VALUTOR

Cirka hälften av koncernens försäljning sker i EUR och koncernens mest betydelsefulla inköpsvalutor är USD samt EUR. Förändringar i USD gentemot EUR är den enskilt största valutatransaktionsexponeringen inom koncernen. Snabba och stora valutafluktuationer framför allt när det gäller inköpsvalutan USD kan få en betydande påverkan på inköpskostnaderna, även om detta får betraktas som relativt konkurrensneutrala. För att valutasäkra varuflöden i utländsk valuta och därmed reducera effekterna av framtida valutakursrörelser, termins-

säkras löpande under året koncernens varuflöden, dvs koncernens varuinköp och för huvuddelen även motsvarande inflöden från försäljningsbolagen till det centrala bolaget H & M Hennes & Mauritz GBC AB.

Förutom transaktionsexponeringens effekter påverkas resultatet även av valutaeffekter som uppstår på grund av kursutvecklingen i de olika utländska försäljningsbolagens lokala valutor gentemot den svenska kronan jämfört med föregående år. Det underliggande resultatet på en marknad kan vara oförändrat i lokal valuta, men öka i kronor om den svenska kronan försvagats eller omvänt om kronan stärkts.

Valutaeffekter uppstår också på koncernens nettotillgångar när de utländska försäljningsbolagens balansräkningar konsolideras. Någon kurssäkring för denna risk, så kallad equity hedging, görs inte.

För mer information om valutasäkringar och finansiella risker, se not 2 Finansiella risker.

SKATTER

För multinationella företag innebär dagens globala miljö komplexa skatterisker som till exempel risk för dubbelbeskattning och skattevister och som stort globalt företag följer H&M noga den utveckling som sker inom skatteområdet. H&M finns i många länder och bidrar genom sin verksamhet till samhället genom olika skatter och avgifter såsom exempelvis bolagsskatt, tullavgifter, inkomstskatter samt indirekt via moms på de kläder som säljs till kunder.

H&M strävar efter att alltid följa nationell och internationell skattelagstiftning och betalar alltid skatter och avgifter i enlighet med lokal lagstiftning och regelverk i de länder där H&M är verksam. H&M:s skattepolicy, som finns på hm.com, speglar och stödjer H&M:s verksamhet och H&M följer OECD:s riktlinjer för Transfer Pricing vilket betyder att vinsterna allokeras och beskattas där värdet skapas.

UTDELNINGSPOLICY

Målet för H&M i finansiella termer är att möjliggöra en fortsatt god tillväxt av verksamheten samt att ha en beredskap att ta till vara affärsmöjligheter. Det är angeläget att expansionen liksom hittills kan ske med fortsatt hög finansiell styrka och fortsatt handlingsfrihet.

Styrelsen har mot denna bakgrund fastslagit en utdelningspolicy där utdelningsandelen bör motsvara cirka hälften av vinsten efter skatt. Därutöver kan styrelsen föreslå att eventuell överskottslikviditet också delas ut.

Styrelsen har beslutat att föreslå årsstämman 2015 en utdelning om SEK 9:75 per aktie (9:50), vilket motsvarar 81 procent (92) av koncernens resultat efter skatt.

STYRELSENS FÖRSLAG TILL VINSTDISPOSITION

Till årsstämmans förfogande står SEK 16 966 023 183

Styrelsen och verkställande direktören
föreslår att till aktieägarna utdelas
kronor 9:75 per aktie SEK 16 136 952 000

Att som kvarstående
vinstmedel balanseras SEK 829 071 183

SEK 16 966 023 183

Styrelsens uppfattning är att föreslagen vinstutdelning är försvarlig med hänsyn tagen till koncernens och moderbolagets finansiella ställning och fortsatta handlingsfrihet samt med beaktande av de krav som verksamhetens art, omfattning, risker och framtida expansionsplaner ställer på koncernens och moderbolagets egna kapital och likviditet.

Koncernens resultaträkning

MSEK 1 DECEMBER - 30 NOVEMBER	2014	2013**
Omsättning inklusive moms	176 620	150 090
Omsättning exklusive moms, not 3, 4	151 419	128 562
Kostnad sålda varor, not 6, 8	-62 367	-52 537
BRUTTORESULTAT	89 052	76 025
Försäljningskostnader, not 6, 8	-58 525	-49 944
Administrationskostnader, not 6, 8, 9	-4 944	-3 991
RÖRELSERESULTAT	25 583	22 090
Ränteintäkter	328	367
Räntekostnader	-16	-9
RESULTAT EFTER FINANSIELLA POSTER	25 895	22 448
Skatt, not 10	-5 919	-5 355
ÅRETS RESULTAT	19 976	17 093
Årets resultat är i sin helhet hänförligt till moderbolaget H & M Hennes & Mauritz AB:s aktieägare.		
Resultat per aktie, SEK*	12:07	10:33
Antal aktier, tusental*	1 655 072	1 655 072

* Före och efter utspädning.

KONCERNENS RAPPORT ÖVER TOTALRESULTAT

MSEK 1 DECEMBER - 30 NOVEMBER	2014	2013**
ÅRETS RESULTAT	19 976	17 093
Övrigt totalresultat		
<i>Poster som har omförts eller kan omföras till årets resultat</i>		
Omräkningsdifferenser	1 979	30
Förändring i säkringsreserver	185	-61
Skatt hänförlig till förändring i säkringsreserver	-44	15
<i>Poster som inte har omförts eller inte kommer att omföras till årets resultat</i>		
Omvärderingar avseende förmånsbestämda pensionsplaner	-148	78
Skatt hänförlig till ovanstående omvärdering	35	-19
ÖVRIGT TOTALRESULTAT	2 007	43
TOTALRESULTAT FÖR ÅRET	21 983	17 136

Årets totalresultat är i sin helhet hänförligt till moderbolaget H & M Hennes & Mauritz AB:s aktieägare.

** Resultatet för räkenskapsåret 2012/2013 har på grund av ändrad redovisningsprincip (IAS 19 Revised) omräknats jämfört med tidigare publicerad information. Resultatet har minskat med MSEK 59 efter skatt och Övrigt totalresultat har ökat med MSEK 59 efter skatt. I balansräkningen har den ändrade redovisningsprincipen inte medfört någon effekt. För ytterligare information se not 1. Redovisningsprinciper.

Koncernens balansräkning

MSEK 30 NOVEMBER	2014	2013	MSEK 30 NOVEMBER	2014	2013
TILLGÅNGAR			EGET KAPITAL OCH SKULDER		
ANLÄGGNINGSTILLGÅNGAR			EGET KAPITAL		
Immateriella anläggningstillgångar			Aktiekapital, not 17	207	207
Varumärken, not 11	161	208	Reserver	204	-1 916
Kundrelationer, not 11	45	58	Balanserade vinstmedel	51 145	46 957
Hysesrätter, not 11	509	591	SUMMA EGET KAPITAL	51 556	45 248
Balanserade utgifter, not 11	2 183	1 355	SKULDER		
Goodwill, not 11	64	64	Långfristiga skulder*		
	2 962	2 276	Avsättningar för pensioner, not 18	451	309
Materiella anläggningstillgångar			Uppskjutna skatteskulder, not 10	3 287	2 722
Byggnader och mark, not 12	804	814		3 738	3 031
Inventarier, not 12	26 144	21 372	Kortfristiga skulder**		
	26 948	22 186	Leverantörsskulder	5 520	4 870
Långfristiga fordringar	709	659	Skatteskulder	1 154	797
Uppskjutna skattefordringar, not 10	2 237	1 367	Övriga skulder	2 947	3 360
			Upplupna kostnader och förutbetalda intäkter, not 20	10 682	8 370
SUMMA ANLÄGGNINGSTILLGÅNGAR	32 856	26 488		20 303	17 397
OMSÄTTNINGSTILLGÅNGAR			SUMMA SKULDER	24 041	20 428
Varulager	19 403	16 695	SUMMA EGET KAPITAL OCH SKULDER	75 597	65 676
Kortfristiga fordringar			Ställda säkerheter och eventalförpliktelser, not 22	-	-
Kundfordringar	3 659	3 107			
Övriga fordringar	1 470	907			
Förutbetalda kostnader, not 13	1 516	1 255			
	6 645	5 269			
Kortfristiga placeringar, not 14	2 602	3 306			
Likvida medel, not 15	14 091	13 918			
SUMMA OMSÄTTNINGSTILLGÅNGAR	42 741	39 188			
SUMMA TILLGÅNGAR	75 597	65 676			

* Endast avsättningar för pensionsskulder är räntebärande.

** Inga kortfristiga skulder är räntebärande.

Koncernens förändring i eget kapital

Allt eget kapital är hänförligt till moderbolaget H & M Hennes & Mauritz AB:s aktieägare eftersom minoritetsintresse inte finns.

MSEK	AKTIEKAPITAL	OMRÄKNINGS- DIFFERENSER	SÄKRINGS- RESERV	BALANSERADE VINSTMEDEL	TOTALT EGET KAPITAL
EGET KAPITAL 2013-12-01	207	-1 830	-86	46 957	45 248
Årets resultat	-	-	-	19 976	19 976
Övrigt totalresultat					
Omräkningsdifferenser	-	1 979	-	-	1 979
Förändring i säkringsreserv					
Redovisat i övrigt totalresultat	-	-	944	-	944
Överföringar till resultaträkningen	-	-	-759	-	-759
Skatt hänförlig till säkringsreserv	-	-	-44	-	-44
Omvärderingar avseende förmånsbestämda pensionsplaner	-	-	-	-148	-148
Skatt hänförlig till ovanstående omvärdering	-	-	-	35	35
Övrigt totalresultat	-	1 979	141	-113	2 007
Totalresultat	-	1 979	141	19 863	21 983
Förfallna fondaktierätter	-	-	-	48	48
Utdelning	-	-	-	-15 723	-15 723
EGET KAPITAL 2014-11-30	207	149	55	51 145	51 556

MSEK	AKTIEKAPITAL	OMRÄKNINGS- DIFFERENSER	SÄKRINGS- RESERV	BALANSERADE VINSTMEDEL	TOTALT EGET KAPITAL
EGET KAPITAL 2012-12-01	207	-1 860	-40	45 528	43 835
Årets resultat	-	-	-	17 093	17 093
Övrigt totalresultat					
Omräkningsdifferenser	-	30	-	-	30
Förändring i säkringsreserv					
Redovisat i övrigt totalresultat	-	-	-153	-	-153
Överföringar till resultaträkningen	-	-	92	-	92
Skatt hänförlig till säkringsreserv	-	-	15	-	15
Omvärderingar avseende förmånsbestämda pensionsplaner	-	-	-	78	78
Skatt hänförlig till ovanstående omvärdering	-	-	-	-19	-19
Övrigt totalresultat	-	30	-46	59	43
Totalresultat	-	30	-46	17 152	17 136
Utdelning	-	-	-	-15 723	-15 723
EGET KAPITAL 2013-11-30	207	-1 830	-86	46 957	45 248

Koncernens kassaflödesanalys

MSEK 1 DECEMBER - 30 NOVEMBER	2014	2013
Den löpande verksamheten		
Resultat efter finansiella poster*	25 895	22 448
Avsättning till pensioner	-20	10
Avskrivningar	5 045	4 191
Betald skatt	-5 971	-3 059
Kassaflöde från den löpande verksamheten före förändring av rörelsekapitalet	24 949	23 590
Kassaflöde från förändring av rörelsekapitalet		
Rörelsefordringar	-888	-839
Varulager	-2 327	-1 439
Rörelseskulder	2 422	2 528
KASSAFLÖDE FRÅN DEN LÖPANDE VERKSAMHETEN	24 156	23 840
Investeringsverksamheten		
Investeringar i hyresrätter	-35	-179
Investeringar i övriga immateriella tillgångar	-868	-738
Investeringar i byggnader och mark	-21	-23
Investeringar i inventarier	-8 467	-7 087
Förändring kortfristiga placeringar, löptid 4-12 månader	704	-311
Övriga investeringar	-21	-31
KASSAFLÖDE FRÅN INVESTERINGSVERKSAMHETEN	-8 708	-8 369
Finansieringsverksamheten		
Utdelning	-15 723	-15 723
KASSAFLÖDE FRÅN FINANSIERINGSVERKSAMHETEN	-15 723	-15 723
ÅRETS KASSAFLÖDE	-275	-252
Likvida medel vid räkenskapsårets början	13 918	14 148
Årets kassaflöde	-275	-252
Valutakurseffekt	448	22
Likvida medel vid räkenskapsårets slut**	14 091	13 918

* Betalda räntor uppgår för koncernen till MSEK 16 (9). Erhållna räntor uppgår för koncernen till MSEK 328 (367).

** Likvida medel och kortfristiga placeringar uppgick vid räkenskapsårets slut till MSEK 16 693 (17 224).

Moderbolagets resultaträkning

MSEK 1 DECEMBER - 30 NOVEMBER	2014	2013*
Extern omsättning exklusive moms	47	35
Intern omsättning exklusive moms, not 5	8 764	7 845
BRUTTORESULTAT	8 811	7 880
Försäljningskostnader, not 6, 8	-2 982	-2 699
Administrationskostnader, not 6, 8, 9	-5 316	-4 276
RÖRELSERESULTAT	513	905
Utdelning från dotterbolag	15 701	16 039
Ränteintäkter	59	63
Räntekostnader	-25	-9
RESULTAT EFTER FINANSIELLA POSTER	16 248	16 998
Bokslutsdispositioner, not 23	-10	-1 020
Skatt, not 10	-130	-46
ÅRETS RESULTAT	16 108	15 932

MODERBOLAGETS RAPPORT ÖVER TOTALRESULTAT

MSEK 1 DECEMBER - 30 NOVEMBER	2014	2013*
ÅRETS RESULTAT	16 108	15 932
Övrigt totalresultat		
<i>Poster som inte har omförts eller inte kommer att omföras till periodens resultat</i>		
Omvärderingar avseende förmånsbestämda pensionsplaner	-24	17
Skatt hänförlig till ovanstående omvärdering	5	-4
ÖVRIGT TOTALRESULTAT	-19	13
TOTALRESULTAT FÖR ÅRET	16 089	15 945

* Resultatet för räkenskapsåret 2012/2013 har på grund av ändrad redovisningsprincip (IAS 19 Revised) omräknats jämfört med tidigare publicerad information. Resultatet har minskat med MSEK 13 efter skatt och Övrigt totalresultat har ökat med MSEK 13 efter skatt. I balansräkningen har den ändrade redovisningsprincipen inte medfört någon effekt. För ytterligare information se not 1. Redovisningsprinciper.

Moderbolagets balansräkning

MSEK 30 NOVEMBER	2014	2013	MSEK 30 NOVEMBER	2014	2013
TILLGÅNGAR			EGET KAPITAL OCH SKULDER		
ANLÄGGNINGSTILLGÅNGAR			EGET KAPITAL		
Materiella anläggningstillgångar			Bundet eget kapital		
Byggnader och mark, not 12	73	56	Aktiekapital, not 17	207	207
Inventarier, not 12	575	446	Reservfond	88	88
	648	502		295	295
Finansiella anläggningstillgångar			Fritt eget kapital		
Aktier och andelar, not 24	588	588	Balanserade vinstmedel	877	607
Fordringar hos dotterbolag	905	733	Årets resultat	16 089	15 945
Långfristiga fordringar	11	13		16 966	16 552
Uppskjutna skattefordringar, not 10	49	47			
	1 553	1 381	SUMMA EGET KAPITAL	17 261	16 847
SUMMA ANLÄGGNINGSTILLGÅNGAR	2 201	1 883	OBESKATTADE RESERVER, NOT 25	464	454
OMSÄTTNINGSTILLGÅNGAR			SKULDER		
Kortfristiga fordringar			Långfristiga skulder		
Fordringar hos dotterbolag	11 851	12 107	Avsättning för pensioner, not 18	223	213
Skattefordran	82	-	Kortfristiga skulder*		
Övriga fordringar	44	33	Leverantörsskulder	462	424
Förutbetalda kostnader, not 13	20	23	Skatteskulder	-	27
	11 997	12 163	Övriga skulder	325	350
Kortfristiga placeringar, not 14	2 602	3 304	Upplupna kostnader och förutbetalda intäkter, not 20	379	359
Likvida medel, not 15	2 314	1 324		1 166	1 160
SUMMA OMSÄTTNINGSTILLGÅNGAR	16 913	16 791	SUMMA SKULDER	1 389	1 373
SUMMA TILLGÅNGAR	19 114	18 674	SUMMA EGET KAPITAL OCH SKULDER	19 114	18 674
			Ställda säkerheter	-	-
			Ansvarsförbindelser, not 26	13 186	12 034

* Inga kortfristiga skulder är räntebärande.

Moderbolagets förändring i eget kapital

MSEK	AKTIEKAPITAL	OMRÄKNINGS- DIFFERENSER	BALANSERADE VINSTMEDEL	TOTALT EGET KAPITAL
EGET KAPITAL 2013-12-01	207	88	16 552	16 847
Årets resultat	-	-	16 108	16 108
Övrigt totalresultat				
Omvärderingar avseende förmånsbestämda pensionsplaner	-	-	-24	-24
Skatt hänförlig till ovanstående omvärdering	-	-	5	5
Övrigt totalresultat	-	-	-19	-19
Totalresultat	-	-	16 089	16 089
Förfallna fondaktierätter	-	-	48	48
Utdelning	-	-	-15 723	-15 723
EGET KAPITAL 2014-11-30	207	88	16 966	17 261

MSEK	AKTIEKAPITAL	OMRÄKNINGS- DIFFERENSER	BALANSERADE VINSTMEDEL	TOTALT EGET KAPITAL
EGET KAPITAL 2012-12-01	207	88	16 331	16 626
Årets resultat	-	-	15 932	15 932
Övrigt totalresultat				
Omvärderingar avseende förmånsbestämda pensionsplaner	-	-	17	17
Skatt hänförlig till ovanstående omvärdering	-	-	-4	-4
Övrigt totalresultat	-	-	13	13
Totalresultat	-	-	15 945	15 945
Utdelning	-	-	-15 723	-15 723
EGET KAPITAL 2013-11-30	207	88	16 552	16 847

Moderbolagets kassaflödesanalys

MSEK 1 DECEMBER - 30 NOVEMBER	2014	2013
Den löpande verksamheten		
Resultat efter finansiella poster*	16 248	16 998
Avsättning till pensioner	-14	1
Avskrivningar	128	115
Erhållen/betald skatt	-235	281
Kassaflöde från den löpande verksamheten före förändring av rörelsekapitalet	16 127	17 395
Kassaflöde från förändring av rörelsekapitalet		
Rörelsefordringar	248	-705
Rörelseskulder	80	307
KASSAFLÖDE FRÅN DEN LÖPANDE VERKSAMHETEN	16 455	16 997
Investeringsverksamheten		
Investeringar i byggnader och mark	-20	-13
Nettoinvesteringar i inventarier	-254	-148
Justering köpeskilling/förvärv av dotterbolag	0	0
Förändring kortfristiga placeringar, löptid 4-12 månader	702	-311
Övriga investeringar	-170	217
KASSAFLÖDE FRÅN INVESTERINGSVERKSAMHETEN	258	-255
Finansieringsverksamheten		
Utdelning	-15 723	-15 723
KASSAFLÖDE FRÅN FINANSIERINGSVERKSAMHETEN	-15 723	-15 723
ÅRETS KASSAFLÖDE	990	1 019
Likvida medel vid räkenskapsårets början	1 324	305
Årets kassaflöde	990	1 019
Likvida medel vid räkenskapsårets slut**	2 314	1 324

* Betalda räntor uppgår för koncernen till MSEK 25 (9). Erhållna räntor uppgår för koncernen till MSEK 59 (63).

** Likvida medel och kortfristiga placeringar uppgick vid räkenskapsårets slut till MSEK 4 916 (4 628).

Noter till de finansiella rapporterna

FÖRETAGSINFORMATION

Moderbolaget H & M Hennes & Mauritz AB (publ) är ett aktiebolag med säte i Stockholm, Sverige. Moderbolagets organisationsnummer är 556042-7220. Bolagets aktie är noterad vid Stockholmsbörsen, Nasdaq Stockholm. Koncernens verksamhet består i huvudsak av försäljning av kläder, accessoarer, skor, kosmetik och hemtextil till konsument. Bolagets verksamhetsår är 1 december–30 november. Årsredovisningen godkändes för publicering av styrelsen den 27 januari 2015 och föreläggs årsstämman för fastställande den 29 april 2015.

Ramsbury Invest AB:s innehav av aktier i H & M Hennes & Mauritz AB motsvarar 35,5 procent av samtliga aktier och 68,6 procent av det totala röstvärdet. Ramsbury Invest AB (556423-5769) är således formellt moderbolag till H & M Hennes & Mauritz AB.

1. REDOVISNINGSPRINCIPER

GRUNDER FÖR UPPRÄTTANDET AV REDOVISNINGEN

Koncernredovisningen är upprättad i enlighet med International Financial Reporting Standards (IFRS) utgivna av International Accounting Standard Board (IASB) samt tolkningsuttalanden från IFRS Interpretations Committee. Eftersom moderbolaget är ett bolag inom EU tillämpas bara av EU godkända IFRS. Koncernredovisningen innehåller dessutom information i enlighet med Rådet för finansiell rapporterings rekommendation RFR 1, Kompletterande redovisningsregler för koncerner.

Redovisningen är baserad på historiskt anskaffningsvärde förutom avseende vissa finansiella instrument som redovisas till verkligt värde.

Moderbolagets funktionella valuta är svenska kronor som även utgör rapporteringsvalutan för moderbolaget och för koncernen. Alla belopp redovisas, om inget annat anges, i miljoner svenska kronor (MSEK).

Moderbolaget

Moderbolaget tillämpar årsredovisningslagen och RFR 2 Redovisning för juridiska personer, vilket i huvudsak innebär att IFRS tillämpas. I enlighet med RFR 2 tillämpar moderbolaget inte IAS 39 vid värdering av finansiella instrument och aktiverar inte utvecklingsutgifter (IAS 38.57). I moderbolagets bokslut redovisas, på grund av sambandet mellan redovisning och beskattning, bokslutsdispositioner och obeskattade reserver.

Koncernbidrag som moderbolaget erhåller från dotterbolag och lämnar till dotterbolag redovisas som bokslutsdisposition.

ÄNDRADE REDOVISNINGSPRINCIPER OCH UPPLYSNINGSKRAV

Tillämpade redovisningsprinciper och upplysningskrav för 2013/2014 överensstämmer med de som tillämpades föregående år med följande tillägg:

- IFRS 7 Finansiella instrument: Upplysningar – ändringen i IFRS 7 har tillämpats för räkenskapsår 2013/2014. De nya upplysningskraven innebär att upplysning lämnas för finansiella tillgångar och finansiella skulder som kvittats i rapporten över finansiell ställning. Upplysning lämnas även för finansiella tillgångar och finansiella skulder som omfattas av olika typer av ramavtal eller liknande avtal som möjliggör kvittning ("master netting arrangements"), oavsett om de har kvittats eller inte.
- IFRS 13 Värdering till verkligt värde – standarden har tillämpats för räkenskapsår 2013/2014. Standarden har införts för att skapa en enhetlig definition av verkligt värde och en enhetlig värderingsmetodik för mätning av verkligt värde. Införandet av IFRS 13 introducerar även förändringar i IAS 34 Delårsrapportering, vilket innebär att upp-

lysningar om verkligt värde även har lämnats i delårsrapporterna.

- IAS 19 Ersättning till anställda, ändring – har tillämpats för 2013/14. Ändringarna innebär betydande förändringar avseende redovisning av förmånsbestämda pensionsplaner, exempelvis:
 - Möjligheten att periodisera aktuariella vinster och förluster som en del av "korridoren" kan inte tillämpas, dessa ska löpande redovisas i övrigt totalresultat. I resultaträkningen redovisas poster hänförliga till intjäningen av förmånsbestämda pensioner samt vinster och förluster som uppkommer vid reglering av en pensionsskuld samt det finansiella nettot avseende den förmånsbestämda planen.
 - Ändringarna inkluderar ytterligare ändringar som inte fokuserar på redovisning av pensioner utan övriga former av ersättningar till anställda. Ersättningar vid uppsägning ska redovisas vid det tidigare av följande: tillfället för när erbjudandet om ersättning inte kan dras tillbaks alternativt i enlighet med IAS 37 som en del av exempelvis omstrukturering av verksamheten.
 - För de svenska enheterna kommer de aktuariella beräkningarna att även omfatta framtida betalningar av särskild löneskatt.
 - Den omarbetade standarden ska tillämpas retroaktivt i enlighet med IAS 8. Förtidstillämpning är tillåten.

Koncernen har till och med räkenskapsår 2012/2013 redovisat aktuariella vinster och förluster i resultaträkningen. I och med tillämpning av den ändrade IAS 19 redovisas dessa i övrigt totalresultat. För räkenskapsåret 2012/2013 har jämförelsesiffrorna räknats om så att aktuariella vinster redovisas i övrigt totalresultat. Rörelseresultatet har justerats med MSEK -78 och skattekostnaden med MSEK 19. Övrigt totalresultat har därmed justerats med MSEK 59 netto inklusive skatt. Även jämförelsesiffrorna i segmentsredovisningen och övriga noter har i tillämpliga fall justerats. I balansräkningen har den ändrade redovisningsprincipen inte medfört någon effekt.

FRAMTIDA REDOVISNINGSPRINCIPER OCH UPPLYSNINGSKRAV

Ett antal nya standarder, ändringar och tolkningar av befintliga standarder har publicerats men ännu inte trätt i kraft. Av dessa bedöms endast nedanstående standarder kunna medföra någon effekt på koncernredovisningen.

- IFRS 9 Financial Instruments: Recognition and Measurement (ännu ej godkänd av EU). Standarden träder i kraft för räkenskapsår som inleds den 1 januari 2018 eller senare och ersätter då IAS 39 Finansiella instrument: Redovisning och värdering. Den nya standarden har omarbetats i olika delar, en del avser redovisning och värdering av finansiella tillgångar och finansiella skulder. Standarden är uppdelad i tre delar; klassificering och värdering, säkringsredovisning och nedskrivning.

IFRS 9 kräver att finansiella tillgångar ska klassificeras i tre olika värderingskategorier; upplupet anskaffningsvärde, verkligt värde via övrigt totalresultat eller verkligt värde via resultatet. Klassificering fastställs vid första redovisningstillfället utifrån tillgångens egenskaper och företagets affärsmodell. För finansiella skulder sker inga stora förändringar jämfört med IAS 39. Den största förändringen avser skulder redovisade till verkligt värde. För dessa gäller att den del av verkligtvärdeförändringen som är hänförlig till den egna kreditrisken ska redovisas i övrigt totalresultat istället för i resultatet, såvida detta inte orsakar inkonsekvens i redovisningen.

Den andra delen avser säkringsredovisning. IFRS 9 kräver ökade upplysningar om riskhantering och effekten av säkringsredovisningen. Till stora delar innebär de nya principerna bättre

föresättningar för att en redovisning ska ge en rättvis bild av företags hantering av finansiella risker.

Slutligen har nya principer introducerats avseende nedskrivningar av finansiella tillgångar, där modellen baseras på förväntade förluster. Syftet med den nya modellen är bland annat att reserveringar för kreditförluster ska göras i ett tidigare skede.

Koncernen har ej utvärderat effekterna av den nya standarden.

- IFRS 10 Koncernredovisning och ändring IAS 27 Separata finansiella rapporter – standarden ska enligt EU tillämpas för räkenskapsår som börjar den 1 januari 2014 eller senare. IFRS 10 ersätter avsnittet i IAS 27 som behandlar upprättandet av koncernredovisning. Det som kvarstår i IAS 27 fortsättningsvis rör hanteringen av dotterbolag, joint ventures och intresseföretag i separata finansiella rapporter. Reglerna avseende hur koncernredovisning ska upprättas har inte förändrats. Förändringen avser snarare hur ett företag ska gå tillväga för att avgöra om bestämmande inflytande föreligger och således huruvida ett företag ska konsolideras. Standarden ska tillämpas retroaktivt i enlighet med IAS 8, med vissa modifikationer, som bland annat innebär lättnader från att konsolidera retroaktivt där det inte är praktiskt möjligt. Standarden bedöms inte ha någon effekt för koncernen.
- IFRS 12 Upplysningar om andelar i andra företag – standarden ska enligt EU tillämpas för räkenskapsår som börjar den 1 januari 2014 eller senare. Företag som äger andelar i dotterbolag, intresseföretag och gemensamma arrangemang och strukturerade enheter ska upplysa om dessa i enlighet med IFRS 12. Syftet med dessa upplysningar är att ge användarna av de finansiella rapporterna en möjlighet att förstå eventuella effekter av innehaven på de finansiella rapporterna samt eventuella risker som föreligger med de aktuella innehaven. Standarden ska tillämpas retroaktivt i enlighet med IAS 8. Standarden kan leda till ökade upplysningar för koncernen.

- IFRS 15 Revenue from Contracts with Customers (ännu ej godkänd av EU) – standarden träder i kraft för räkenskapsår som inleds med 1 januari 2017 eller senare (räkenskapsåret 2017/2018 för H&M). Standarden ersätter samtliga tidigare utgivna standarder och tolkningar som hanterar intäkter (dvs IAS 11 Entreprenadavtal, IAS 18 Intäkter, IFRIC 13 Kundlojalitetsprogram, IFRIC 15 Avtal om uppförande av fastighet, IFRIC 18 Överföringar av tillgångar från kunder och SIC 31 Intäkter – bytestransaktioner som avser reklamtjänster).

IFRS 15 innehåller en samlad modell för intäktsredovisning avseende kundkontrakt. Tanken är att allt tar sin början i ett avtal om försäljning av en vara eller tjänst, mellan två parter. Inledningsvis ska ett kundavtal identifieras, vilket hos säljaren genererar en tillgång (rättigheter, ett löfte om erhållande av ersättning) och en skuld (åtagande, ett löfte om överföring av varor/tjänster). Företaget redovisar enligt modellen sedan en intäkt och påvisar därigenom att företaget uppfyller ett åtagande att leverera utlovade varor eller tjänster till kunden.

H&M bedömer att standarden inte kommer medföra någon väsentlig skillnad för koncernen.

- IFRIC 21 Avgifter – standarden ska enligt EU tillämpas för räkenskapsår som inleds 17 juli 2014 eller senare. Tolkningen tydliggör när en skuld för avgifter (som omfattas av IAS 37) ska redovisas. Avgifter är avgifter/skatter som statliga eller motsvarande organ påför företag i enlighet med lagar/förordningar med undantag för inkomstskatter, böter eller andra påföljder. Tolkningen anger att en skuld ska redovisas när företaget har ett åtagande att erlægga avgiften till följd av en inträffad händelse. En skuld redovisas successivt om den förpliktande händelsen inträffar löpande. Ifall en

viss miniminivå ska uppnås för att förpliktelsen ska uppstå redovisas skulden först när denna nivå är uppnådd.

UPPSKATTNINGAR, ANTAGANDEN OCH BEDÖMNINGAR

Vid upprättande av års- och koncernredovisningen görs uppskattningar, antaganden och bedömningar vid tillämpningen av redovisningsprinciperna. Dessa påverkar redovisade belopp av tillgångar, skulder, intäkter, kostnader och tilläggsupplysningar. Uppskattningar och antaganden baseras på historiska erfarenheter, andra relevanta faktorer samt förväntningar om framtiden och ses över regelbundet. Det faktiska utfallet kan därför komma att avvika från gjorda uppskattningar och antaganden. Sådana uppskattningar och antaganden som innebär en betydande risk för en väsentlig justering av redovisade värden för tillgångar och skulder under nästkommande räkenskapsår bedöms inte föreligga per 30 november 2014.

KONCERNREDOVISNINGEN

Koncernredovisning

Koncernredovisningen omfattar moderbolaget och dess dotterbolag och upprättas enligt förvärvsmetoden. De finansiella rapporterna för moderbolaget och dotterbolagen som tas in i koncernredovisningen avser samma period och är upprättade enligt de redovisningsprinciper som gäller för koncernen. Koncerninterna intäkter, kostnader, fordringar och skulder samt orealiserade resultat elimineras i sin helhet vid upprättandet av koncernredovisningen. Som dotterbolag konsolideras alla företag där koncernen innehar eller förfogar över mer än 50 procent av rösterna eller där koncernen genom avtal eller på annat sätt ensam utövar ett bestämmande inflytande. Ett dotterbolag tas med i koncernredovisningen från förvärvstidpunkten, vilken är den dag då moderbolaget får ett bestämmande inflytande, och ingår i koncernredovisningen fram till den dag då det bestämmande inflytandet upphör.

Rörelseförvärv

Vid rörelseförvärv identifieras och klassificeras förvärvade tillgångar respektive övertagna skulder och värderas till verkligt värde vid förvärvstidpunkten. Överstiger anskaffningsvärdet för dotterbolagsaktierna det vid förvärvstillfället beräknade värdet av identifierbara nettotillgångar i det förvärvade företaget redovisas skillnadsbeloppet som koncernmässig goodwill. Understiger anskaffningsvärdet det slutligen fastställda värdet av identifierbara nettotillgångar redovisas skillnadsbeloppet direkt i resultaträkningen. Minoritet vid förvärv under 100 procent bestäms för varje transaktion antingen som en proportionell andel av verkligt värde på identifierbara nettotillgångar eller till verkligt värde. Transaktionskostnader i samband med förvärv ingår inte i anskaffningsvärdet utan kostnadsförs direkt.

Omräkning av utländska dotterbolag

De företag som ingår i koncernen upprättar sina finansiella rapporter i den valuta som används i den ekonomiska miljö där respektive företag huvudsakligen är verksamt, den så kallade funktionella valutan. Dessa rapporter utgör grunden för koncernredovisningen. Koncernredovisningen upprättas i svenska kronor, som är moderbolagets funktionella valuta och rapporteringsvaluta. Tillgångar och skulder i utländska dotterbolag omräknas till balansdagens kurs och resultaträkningar omräknas till verksamhetsårets genomsnittskurs. Omräkningsdifferensen till följd av detta, samt till följd av att nettoinvesteringen omräknats till annan valutakurs vid räkenskapsårets slut än vid räkenskapsårets början, redovisas via rapport över totalresultat i eget kapital som en

omräkningsreserv. Vid avyttring av en utländsk verksamhet redovisas de ackumulerade omräkningsdifferenserna i resultaträkningen tillsammans med vinsten eller förlusten från avyttringen.

UTLÄNDSK VALUTA

Tillgångar och skulder i utländsk valuta omräknas till balansdagens kurs. Valutakursdifferenser som uppstår vid omräkningarna redovisas i resultaträkningen med undantag av valutakursdifferenser avseende lån som är att betrakta som nettoinvestering i en utlandsverksamhet. Denna typ av valutakursdifferenser redovisas via rapport över totalresultat i eget kapital som omräkningsdifferens.

INTÄKTER

Koncernens intäkter genereras i huvudsak av försäljning av kläder och kosmetik till konsument. Försäljningsintäkterna redovisas med avdrag för mervärdesskatt, returer och rabatter som omsättning exklusive moms i resultaträkningen. Intäkterna redovisas i samband med försäljning/leverans till kund. Franchiseförsäljningen består av två komponenter; försäljning av varor till franchisetagare som redovisas vid leverans av varor samt franchiseavgift som redovisas vid franchisetagarens försäljning till konsument. Koncernens intäkter uppvisar säsongsvariationer. Under räkenskapsåret är vanligen första kvartalet det svagaste och sista kvartalet det starkaste. Ränteintäkter redovisas i takt med att de intjänas.

MARKNADSFÖRING

Utgifter för reklam och andra marknadsföringsaktiviteter kostnadsförs löpande.

IMMATERIELLA ANLÄGGNINGSTILLGÅNGAR

Immateriella tillgångar med begränsad livslängd redovisas till anskaffningsvärde med avdrag för ackumulerade avskrivningar och eventuella ackumulerade nedskrivningar. Avskrivningar fördelas linjärt över tillgångarnas förväntade nyttjandeperiod.

Utgifter för utveckling balanseras i den mån dessa bedöms komma att ge framtida ekonomiska fördelar och anskaffningsvärdet kan fastställas på ett tillförlitligt sätt. Det redovisade värdet inkluderar direkta utgifter för förvärvade tjänster och material samt indirekta utgifter som kan hänföras till tillgången. Övriga utgifter för utveckling samt underhålls- och utbildningsinsatser redovisas i resultaträkningen som kostnad när de uppkommer.

Goodwill utgörs av det belopp varmed anskaffningsvärdet för dotterbolagsaktierna överstiger det vid förvärvstillfället beräknade värdet av identifierbara nettotillgångar i det förvärvade företaget. Goodwill vid förvärv av dotterbolag redovisas som immateriella tillgångar. Immateriella tillgångar med obestämbar nyttjandeperiod inklusive goodwill testas årligen eller oftare om det finns en indikation på värdenedgång för att identifiera eventuellt nedskrivningsbehov. Om tillgångens redovisade värde överstiger återvinningsvärdet (det högsta av nettoförsäljningsvärdet och nyttjandevärdet) sker nedskrivning med erforderligt belopp. Eventuell nedskrivning redovisas i resultaträkningen.

MATERIELLA ANLÄGGNINGSTILLGÅNGAR

Utgifter för materiella anläggningstillgångar redovisas i balansräkningen om det är sannolikt att framtida ekonomiska fördelar förknippade med tillgången kommer företaget till del och tillgångens anskaffningsvärde kan beräknas på ett tillförlitligt sätt. Övriga utgifter samt utgifter för löpande underhåll och reparationer redovisas som kostnad

i den period de uppkommer. Materiella anläggningstillgångar redovisas till anskaffningsvärde med avdrag för ackumulerade avskrivningar och eventuella ackumulerade nedskrivningar. Avskrivningar fördelas linjärt över tillgångarnas förväntade nyttjandeperiod. Mark skrivs inte av. Redovisat värde av materiella anläggningstillgångar prövas om indikation på nedskrivningsbehov föreligger. Om tillgångens redovisade värde överstiger återvinningsvärdet (det högsta av nettoförsäljningsvärdet och nyttjandevärdet) sker nedskrivning med erforderligt belopp. Eventuell nedskrivning redovisas i resultaträkningen.

LEASING

Leasingavtal, där en väsentlig del av riskerna och fördelarna med ägandet behålls av uthyraren, klassificeras som operationella leasingavtal. Finansiell leasing föreligger då de ekonomiska riskerna och förmånerna som förknippas med ägandet av ett objekt i allt väsentligt överförs från leasinggivaren till leasingtagaren, oavsett om den legala äganderätten tillfaller leasinggivaren eller leasingtagaren. Tillgångar som innehas under finansiella leasingavtal redovisas som anläggnings-tillgångar och åtaganden för framtida betalningar redovisas som skuld i balansräkningen. Koncernen har per balansdagen inga finansiella leasingavtal. Minimileasingavgifter avseende operationella leasingavtal redovisas som en kostnad i resultaträkningen och fördelas linjärt över avtalets löptid. Koncernens väsentliga leasingavtal avser hyreskontrakt för lokaler. Variabla (omsättningsbaserade) hyror redovisas i samma period som motsvarande omsättning.

FINANSIELLA INSTRUMENT

Finansiella instrument som redovisas i balansräkningen inkluderar på tillgångssidan likvida medel, kundfordringar, kortfristiga placeringar, långfristiga fordringar samt derivat. Bland skulder återfinns leverantörsskulder samt derivat. Finansiella instrument redovisas i balansräkningen när koncernen blir part i instrumentets avtalsmässiga villkor. Finansiella tillgångar tas bort från balansräkningen när de avtalsenliga rättigheterna till kassaflöden från tillgången upphör. Finansiella skulder tas bort från balansräkningen när förpliktelsen fullgörs, annulleras eller upphör.

Finansiella tillgångar och skulder värderade till verkligt värde via resultaträkningen

Denna kategori består av två undergrupper: finansiella tillgångar och skulder som innehas för handel och andra finansiella tillgångar och skulder som företaget initialt valt att placera i denna kategori vid första redovisningstillfället. Tillgångar och skulder i denna kategori värderas löpande till verkligt värde med värdeförändringar redovisade i resultaträkningen. Inga finansiella tillgångar och skulder har klassificerats i denna kategori.

Lånefordringar och kundfordringar

Kategorin omfattar främst kassa och tillgodohavanden hos banker samt kundfordringar. Kassa och tillgodohavande hos banker värderas till upplupet anskaffningsvärde. Kundfordringar har kort förväntad löptid och värderas utan diskontering till ursprungligt fakturerade belopp med avdrag för bedömd förlustrisk.

Finansiella tillgångar som hålles till förfall

Finansiella tillgångar som hålles till förfall avser tillgångar med betalningsströmmar som är fasta eller som kan fastställas på förhand, och med en fast löptid som koncernen har en uttrycklig avsikt och förmodligen att inneha till förfall. Tillgångar i denna kategori värderas till

upplupet anskaffningsvärde varvid den effektiva räntan används vid beräkningen av värdet. Per balansdagen hänförs koncernens samtliga kortfristiga placeringar till denna kategori.

Andra finansiella skulder

Finansiella skulder som inte innehas för handel värderas till upplupet anskaffningsvärde. Leverantörsskulder hänförs till denna kategori. Dessa har kort förväntad löptid och värderas utan diskontering till nominellt belopp.

Redovisning av derivat som används i säkringsssyfte

Samtliga derivat redovisas initialt och löpande till verkligt värde i balansräkningen. Resultat vid omvärdering av derivat som används för säkring redovisas enligt vad som beskrivs under avsnittet Derivat och säkringsredovisning.

LIKVIDA MEDEL

Likvida medel omfattar kassa och tillgodohavanden hos bank samt kortfristiga placeringar med en löptid från anskaffningstidpunkten på högst tre månader. Placeringarna är utsatta endast för en obetydlig risk för värdeförändringar.

DERIVAT OCH SÄKRINGSREDOVISNING

Koncernens policy är att derivat ska innehas endast i säkringsssyfte. Derivatinstrument utgörs av valutaterminkontrakt som används för skydd mot risker för valutakursförändringar kopplade till interna och externa varuflöden.

För att uppfylla kraven på säkringsredovisning krävs att det finns en tydlig koppling till den säkrade posten. Vidare krävs att säkringen effektivt skyddar den säkrade posten, att säkringsdokumentation upprättats och att effektiviteten kan mätas.

Vid säkringsredovisning klassificeras derivat som kassaflödes-säkringar eller som säkring av verkligt värde. Under året och föregående år förelåg endast kassaflödessakringar. Hur dessa säkrings-transaktioner redovisas beskrivs nedan.

Säkring av prognostiserade valutaflöden – kassaflödessakringar

Derivat som skyddar det prognostiserade flödet redovisas i balansräkningen till verkligt värde. Värdeförändringarna redovisas via övrigt totalresultat i eget kapital som en säkringsreserv till dess att det säkrade flödet träffar rörelseresultatet, varvid säkringsinstrumentets ackumulerade värdeförändringar förs över till resultaträkningen för att där möta resultateffekterna från den säkrade transaktionen.

VARULAGER

Varulagret värderas till det lägsta av anskaffningsvärde och nettoförsäljningsvärde. Från det att varan lämnas över från leverantör till av H&M utsedd speditör ägs varan civilrättsligt av H&M och ingår då i H&M:s redovisade lager. Nettoförsäljningsvärde är det uppskattade försäljningsvärdet minskat med beräknade försäljningskostnader. För varor som ännu inte har kommit till butik utgörs anskaffningsvärdet av inköpskostnad inklusive beräknad kostnad för tull och frakt.

För varor i butik fastställs anskaffningsvärdet genom att försäljningspriset reduceras med beräknad bruttomarginal ("retail method").

H&M INCENTIVE PROGRAM (HIP)

Kostnaderna för belöningsprogrammet redovisas enligt reglerna för kortfristiga vinstandels- och bonusplaner enligt IAS 19. Kostnaden redovisas när beloppet är fastställt och en förpliktelse föreligger.

PENSIONER

H&M har flera olika planer för ersättning efter avslutad anställning. Planerna är antingen förmåns- eller avgiftsbestämda. Avgiftsbestämda planer redovisas som en kostnad under den period när de anställda utför tjänsten ersättningen avser. De förmånsbestämda planerna värderas separat för respektive plan utifrån de förmåner som intjänats under tidigare och innevarande perioder. De förmånsbestämda förpliktelserna med avdrag för verkligt värde på eventuella förvaltningstillgångar redovisas under posten Avsättning för pensioner. Förmånsbestämda planer finns huvudsakligen i Sverige, men även i Storbritannien, Norge, Schweiz, Spanien och Tyskland. Pensionsförpliktelsen beräknas årligen med hjälp av oberoende aktuarier enligt den så kallade Projected Unit Credit Method. Beräkningen görs med hjälp av aktuariella antaganden. Dessa antaganden omfattar bland annat diskonteringsränta, förväntade löne- och pensionsökningar samt förväntad avkastning på förvaltningstillgångar. Förändringar i aktuariella antaganden och utfall som avviker från antaganden ger upphov till aktuariella vinster eller förluster. Sådana vinster eller förluster redovisas i övrigt totalresultat det år de uppkommer.

För tjänstemän anställda i Sverige tillämpar H&M ITP-planen genom försäkring i Alecta. Enligt ett uttalande från Rådet för finansiell rapportering UFR 3, är detta en förmånsbestämd plan som omfattar flera arbetsgivare. Planen redovisas som en avgiftsbestämd plan i avvaktan på att bolaget får tillgång till sådan information som gör det möjligt att redovisa denna plan enligt reglerna för förmånsbestämda planer.

Överskottet i Alecta kan inte allokeras till den försäkrade arbetsgivaren och/eller de försäkrade arbetstagarerna. Alectas konsolideringsgrad var 146 procent (153) per den 30 september 2014. Konsolideringsgraden beräknas som verkligt värde av förvaltningstillgångar i procent av förpliktelserna beräknade enligt Alectas aktuariella antaganden. Denna beräkning är inte i linje med IAS 19.

ÖVRIGA AVSÄTTNINGAR

Avsättningar redovisas i balansräkningen när det finns ett åtagande till följd av en inträffad händelse och det är troligt att ett utflöde av resurser kommer att krävas för att reglera åtagandet samt att en tillförlitlig uppskattning av beloppet kan göras.

INKOMSTSKATT

Inkomstskatter i resultaträkningen utgörs av aktuell och uppskjuten skatt för svenska och utländska dotterbolag. Aktuell skatt är skatt som ska betalas eller erhållas avseende aktuellt år samt justering av aktuell skatt hänförlig till tidigare perioder. Inkomstskattesatsen för respektive land tillämpas.

Uppskjuten skatt beräknas enligt balansräkningsmetoden med utgångspunkt i temporära skillnader mellan redovisade och skattemässiga värden på tillgångar och skulder. Uppskjuten skatt beräknas med hjälp av de skattesatser som förväntas gälla för den period då fordringarna avräknas eller skulderna regleras, baserat på de skattesatser (och den skattelagstiftning) som föreligger på balansdagen. Uppskjuten skatteskuld redovisas för alla temporära differenser utom då den avser goodwill eller avser en tillgång eller skuld i en transaktion som inte är ett företagsförvärv och som, vid tidpunkten för förvärvet, varken påverkar redovisad eller skattepliktig vinst eller förlust under perioden. Vidare beaktas temporära skillnader som hänför sig till investeringar i dotterbolag och intresseföretag endast i den mån det är sannolikt att den temporära differensen kommer att återföras under överskådlig framtid. Uppskjutna skattefordringar för tempo-

rära skillnader och underskottsavdrag redovisas endast i den mån det är sannolikt att dessa kommer att kunna utnyttjas.

De uppskjutna skattefordringarnas redovisade värden provas vid varje balansdag och minskas i den utsträckning det inte längre bedöms sannolikt att de kan utnyttjas.

KASSAFLÖDESANALYS

Kassaflödesanalysen upprättas enligt indirekt metod. Det redovisade kassaflödet omfattar endast transaktioner som medför in- eller utbetalningar.

SEGMENTSREDOVISNING

Koncernens verksamhet består i huvudsak av försäljning av kläder och kosmetik till konsument. Den interna uppföljningen av verksamheten sker per land av verkställande direktör och koncernchef som är koncernens högsta verkställande beslutsfattare. Varje land är därmed ett rörelsesegment. Då flera länder har likartade ekonomiska egenskaper kan dessa enligt IFRS 8 slås samman i segmentsredovisningen. H&M har gjort sammanslagningar till segmenten Asien och Oceanien, Europa samt Nord- och Sydamerika. Moderbolaget tillsammans med dotterbolag utan extern omsättning redovisas i ett separat segment, Koncerngemensamt. De redovisningsprinciper som används i segmentsredovisningen är samma som i koncernredovisningen. Transaktioner mellan segment sker enligt normala kommersiella villkor.

2. FINANSIELLA RISKER

Koncernens finansiering och hantering av finansiella risker är centraliserad till koncernens finansavdelning och bedrivs utifrån en av styrelsen fastställd finanspolicy. Finanspolicyen är det viktigaste finansiella styrinstrumentet för den finansiella verksamheten och fastställer det ramverk som bolaget arbetar efter. Koncernens redovisningsprinciper för finansiella instrument, inklusive derivat, beskrivs i not 1.

Koncernen är genom sin verksamhet exponerad för risker i finansiella instrument så som likvida medel, kortfristiga placeringar, kundfordringar och leverantörsskulder. Koncernen genomför också transaktioner med valutaderivat i syfte att hantera valutarisker som uppstår i koncernens verksamhet.

Risker relaterade till dessa instrument är främst:

- Ränterisker avseende likvida medel och kortfristiga placeringar.
- Valutarisker avseende flöden samt finansiella tillgångar i utländska valutor.
- Kreditrisker hänförliga till finansiella tillgångar och derivatpositioner.

RÄNTERISK

Ränterisk är risken att värdet på ett finansiellt instrument varierar på grund av förändringar i marknadsräntor och att förändringar i marknadsräntan kan påverka nettoresultatet. Koncernens exponering mot risker för förändring av räntenivåer hänför sig till likvida medel samt kortfristiga placeringar. Den ursprungliga löptiden på placeringarna är som längst på tolv månader per bokslutsdagen. Finanspolicyen tillåter placeringar på upp till två år. Koncernens likvida medel och kortfristiga placeringar på balansdagen uppgick till MSEK 16 693 (17 224). I och med den korta löptiden är risken för värdeförändringar begränsad. En räntehöjning med 0,5 procentenheter på detta belopp skulle innebära en ökad ränteintäkt med MSEK 83 (86). En motsva-

rande räntesänkning skulle medföra en minskad ränteintäkt med samma belopp.

VALUTARISK

Valutarisk är bland annat risken att värdet på ett finansiellt instrument eller framtida kassaflöden varierar på grund av förändringar i valutakurser.

Valutaexponering i finansiella instrument

H&M:s valutarisk i finansiella instrument är främst relaterad till finansiella placeringar, leverantörsskulder och derivat. Koncernens leverantörsskulder i utländska valutor handhas huvudsakligen i Sverige och är till största delen kurssäkrade med terminskontrakt. Mot bakgrund av ovanstående skulle en förändring av den svenska kronans värde med 2 procent i förhållande till andra valutor ge en obetydlig momentan resultat effekt relaterad till innehav av finansiella instrument per balansdagen. Säkringsreserven i eget kapital skulle vid en förstärkning av den svenska kronan med 2 procent påverkas positivt med cirka MSEK 4 (31) före beaktande av skatteeffekt, varav MSEK 164 avser EUR och MSEK -208 avser USD.

Koncernens exponering avseende utestående derivatinstrument redovisas i not 16.

Årets rörelseresultat i koncernen har påverkats av valutakursdifferenser avseende varuflöden med MSEK -145 (-1).

Transaktionsexponering i kommersiella flöden

Betalningsflöden i form av kund- respektive leverantörsbetalningar i utländska valutor orsakar valutaexponering för koncernen. I syfte att hantera valutarisken avseende förändringar i valutakurser säkrar koncernen valutakurserna inom ramen för finanspolicyen. Valutariskexponeringen hanteras centralt. Merparten av koncernens försäljning sker i EUR och koncernens mest betydelsefulla inköpsvalutor är USD och EUR. Förändringar av USD-kursen gentemot EUR utgör den enskilt största transaktionsexponeringen inom koncernen. För att valutasäkra varuflöden i utländsk valuta och därmed reducera effekterna av framtida valutakursrörelser, terminssäkras löpande 100 procent av koncernens varuinköp och för huvuddelen även motsvarande prognostiserade inflöden från försäljningsbolagen. Den genomsnittliga löptiden på utestående terminskontrakt är cirka fyra månader. Eftersom valutahanteringen enbart syftar till att reducera riskerna, säkras endast exponering i varuflöden.

Omräkningsexponering vid konsolidering av enheter utanför Sverige

Förutom transaktionsexponeringens effekter påverkas resultatet även av valuta effekter som uppstår på grund av kursutvecklingen i de olika utländska dotterbolagens lokala valutor gentemot den svenska kronan jämfört med samma period föregående år. Det underliggande resultatet på en marknad kan vara oförändrat i lokal valuta, men öka i kronor om den svenska kronan försvagats eller omvänt om kronan stärkts. Omräkningseffekter uppstår på koncernens nettotillgångar vid konsolidering av de utländska bolagens balansräkningar (omräkningsexponering i balansräkningen). Någon kurssäkring, så kallad equity hedging, för denna risk görs ej.

KREDITRISK

Placeringar är endast tillåtna i banker i länder med lägsta rating AA- (enligt Standard & Poor's långfristiga ratingskala) och placeringar görs endast i banker med en rating som är lägst A- (Standard & Poor's) och A3 (Moody's). Finanspolicyen anger maximalt placerat belopp och

löptid vid olika rating. Placeringar är endast tillåtna i banker som enligt Standard & Poor's eller Moody's bedöms som systemviktiga i det land bankerna har sitt säte. Enligt Standard & Poor's bedömningsmodell ska banken inneha som lägst "moderate systemic importance" och enligt Moody's ska banken ha som lägst "One-notch uplift for systemic support". I länder eller banker som innehar lägsta tillåtna långfristiga rating och negativ outlook tillåts inga nya placeringar. Maximal kreditexponering, per den 30 november 2014, motsvaras av det bokförda värdet på likvida medel MSEK 14 091 (13 918), kortfristiga placeringar MSEK 2 602 (3 306), kundfordringar MSEK 3 659 (3 107) och övrigt MSEK 1 152 (845), totalt MSEK 21 504 (21 176). Kundfordringarna fördelar sig på ett stort antal kunder med låga belopp per kund. Snittfordran var cirka SEK 2 335 (2 100). Årets kundförluster var obetydliga.

LIKVIDITETSRIK

Den goda likviditeten och det goda kassaflödet gör att H&M i nuläget inte ser något upplåningsbehov. Koncernen har ingen extern upplåning per balansdagen.

3. SEGMENTSREDOVISNING

	2014	2013
Asien och Oceanien		
Extern nettoomsättning	16 878	12 844
Rörelseresultat	1 999	1 916
Rörelsemarginal, %	11,8	14,9
Tillgångar, exklusive skattefordringar	8 876	5 221
Skulder, exklusive skatteskulder	1 234	626
Investeringar	1 630	1 163
Avskrivningar	522	348
Europa		
Extern nettoomsättning	114 506	99 492
Rörelseresultat	8 720	5 868
Rörelsemarginal, %	7,6	5,9
Tillgångar, exklusive skattefordringar	36 865	33 965
Skulder, exklusive skatteskulder	9 719	8 404
Investeringar	3 624	4 034
Avskrivningar	3 157	2 828
Nord- och Sydamerika		
Extern nettoomsättning	20 035	16 226
Rörelseresultat	433	407
Rörelsemarginal, %	2,2	2,5
Tillgångar, exklusive skattefordringar	10 897	7 006
Skulder, exklusive skatteskulder	3 112	2 202
Investeringar	2 918	1 829
Avskrivningar	958	724
Koncerngemensamt		
Nettoomsättning till andra segment	67 870	60 448
Rörelseresultat	14 431	13 899
Rörelsemarginal, %	21,3	23,0
Tillgångar, exklusive skattefordringar	18 959	18 117
Skulder, exklusive skatteskulder	5 535	5 677
Investeringar	1 219	1 001
Avskrivningar	408	291
Elimineringar		
Nettoomsättning till andra segment	-67 870	-60 448
Totalt		
Extern nettoomsättning	151 419	128 562
Rörelseresultat	25 583	22 090
Rörelsemarginal, %	16,9	17,2
Tillgångar, exklusive skattefordringar	75 597	64 309
Skulder, exklusive skatteskulder	19 600	16 909
Investeringar	9 391	8 027
Avskrivningar	5 045	4 191

För att på ett bättre sätt spegla företagets nuvarande geografiska utbredning delades segmentsredovisningen från och med 2013 upp i följande tre segment Asien och Oceanien, Europa samt Nord- och Sydamerika. För mer information se redovisningsprinciper not 1.

Koncernens materiella anläggningstillgångar uppgick per den 30 november 2014 till MSEK 26 948 (22 186). Anläggningstillgångarna fördelar sig, per land, huvudsakligen i enlighet med respektive lands storlek omsättningsmässigt. I Sverige uppgick materiella anläggningstillgångar per 30 november 2014 till MSEK 1 226 (1 175).

4. NETTOOMSÄTTNINGENS FÖRDELNING PER LAND

	2014	ANTAL BUTIKER 30 NOV. 2014	2013	ANTAL BUTIKER 30 NOV. 2013
Sverige	7 184	176	6 652	177
Norge	4 524	118	4 432	114
Danmark	4 097	99	3 694	97
Storbritannien	11 196	253	8 835	245
Schweiz	5 510	93	5 108	87
Tyskland	29 418	440	26 206	418
Nederländerna	6 053	135	5 581	130
Belgien	3 255	78	2 847	73
Österrike	4 309	73	4 024	72
Luxemburg	345	10	346	10
Finland	2 178	60	2 054	58
Frankrike	10 271	205	8 893	197
USA	16 429	356	13 001	305
Spanien	5 606	159	4 997	156
Polen	3 040	140	2 598	122
Tjeckien	802	43	691	38
Portugal	899	30	747	27
Italien	5 852	132	4 529	116
Kanada	2 798	72	2 713	66
Slovenien	406	12	389	12
Irland	688	20	524	19
Ungern	832	35	625	33
Slovakien	364	15	311	13
Grekland	1 081	30	799	27
Kina	8 018	291	5 957	205
Japan	3 134	51	2 804	39
Ryssland	2 630	71	2 208	51
Sydkorea	900	22	736	16
Turkiet	1 219	30	661	20
Rumänien	1 033	38	720	28
Kroatien	619	14	564	13
Singapore	742	10	573	6
Bulgarien	324	16	220	11
Lettland	203	6	108	3
Malaysia	677	18	379	7
Mexiko	514	6	280	3
Chile	294	1	232	1
Litauen	178	6	36	2
Serbien	204	5	59	2
Estland	185	6	35	3
Australien	417	3		
Filippinerna	44	3		
Franchise	2 947	130	2 394	110
Totalt	151 419	3 511	128 562	3 132

5. INTÄKTER FRÅN KONCERNBOLAG

Moderbolagets interna omsättning utgörs av royalty MSEK 5 735 (7 845) och tjänsteintäkter MSEK 3 029 (0) från koncernbolag.

6. LÖNER, ANDRA ERSÄTTNINGAR OCH SOCIALA KOSTNADER

2014	Styrelse, vd, koncern- ledning, lön	Lön övriga anställda	Sociala kostnader totalt	därav pens. totalt	därav pens. styrelse, vd, koncern- ledning
Sverige, moderbolaget	83	918	442	153	52
Dotterbolag	64	19 076	4 491	221	6
Koncernen totalt	147	19 994	4 933	374	58
2013	Styrelse, vd, koncern- ledning, lön	Lön övriga anställda	Sociala kostnader totalt	därav pens. totalt	därav pens. styrelse, vd, koncern- ledning
Sverige, moderbolaget	76	862	423	144	10
Dotterbolag	62	16 207	3 815	184	3
Koncernen totalt	138	17 069	4 238	328	13

STYRELSEARVODEN

Årets utbetalda styrelsearvoden uppgick i enlighet med årsstämmobeslut 2013 till SEK 4 867 000* (5 025 000). Styrelsearvode betalades enligt följande:

	SEK
Stefan Persson, ordförande	1 350 000
Mia Brunell Livfors	317 000*
Anders Dahlvig	475 000
Lottie Knutson	475 000
Sussi Kvart	575 000
Bo Lundquist	625 000
Melker Schörling	475 000
Christian Sievert	575 000

* Mia Brunell Livfors ingick i H&M:s styrelse fram till årsskiftet 2013/2014, då hon hade begärt att bli entledigad från sitt styrelseuppdrag i H&M på grund av kommande styrelseuppdrag i närliggande verksamhet. Således baseras det utbetalda styrelsearvodet till Mia Brunell Livfors på det antal styrelsemöten som hon närvarade vid fram till sin avgång vid årsskiftet 2013/2014, vilket även avspeglar sig i det totala styrelsearvodet för året.

Arvodena har utbetalats i enlighet med beslut som fattades vid årsstämman 2013. Detta betyder att arvode utgår för tiden fram tills nästa årsstämma hålls dvs, för perioden 23 april 2013 till 29 april 2014. Utbetalning av beloppen skedde efter årsstämman 2014.

Styrelsen består från årsstämman den 29 april 2014 av åtta stämvalda ordinarie ledamöter. Därtill kommer två arbetstagarrepresentanter och två suppleanter för dessa. I styrelsen ingår sju kvinnor och fem män och fyra av 12 är anställda i bolaget.

Styrelseledamoten Lena Patriksson Keller är ensam ägare i Patriksson Communication AB som har haft affärsförbindelser med H&M under året. Transaktionerna har skett på marknadsmässiga grunder och ersättningen för 2014 uppgick till MSEK 1,5.

ERSÄTTNING TILL LEDANDE BEFATTNINGSHAVARE

Baserar sig på beslut för riktlinjer som årligen tas av årsstämman, se förvaltningsberättelsen sidorna 62-63.

ERSÄTTNING TILL VD

Ersättning till vd för räkenskapsåret 2014 i form av lön och förmåner uppgick till MSEK 12,6 (12,3) varav rörlig ersättning MSEK 0 (0). Pensionsvillkor för vd omfattas av premiepension samt av ITP-planen.

Den sammanlagda pensionskostnaden ska uppgå till totalt 30 procent av den fasta lönen. Pensionskostnad uppgick till MSEK 3,8 (3,7). Vd:s pensionsålder är 65.

Vd har ett års uppsägningstid. I det fall företaget säger upp anställningsavtalet utgår dessutom en årslön såsom avgångsvederlag. Anställningsvillkor för verkställande direktör beslutas av styrelsen.

Vd omfattas inte av de kompletterande riktlinjerna avseende ledande befattningshavare, se förvaltningsberättelsen sidan 63.

PENSION TILL TIDIGARE VD

Tidigare vd gick i pension den 1 september 2009. Den totala skuldförda pensionsförpliktelsen, som baseras på att tidigare vd under de tre första åren uppbär pension motsvarande 65 procent av den fasta lönen och därefter livsvarig ålderspension motsvarande 50 procent av samma lön, uppgår till MSEK 152,8 (137,3). I årets förändring av skuldförd pensionsförpliktelse ingår aktuariella förluster om MSEK 17,8 (aktuariella vinster om MSEK 12,0). Kostnaden för pension till tidigare vd ingår i posten "därför pension till styrelse, vd, koncernledning".

ERSÄTTNING TILL ÖVRIG KONCERNLEDNING

Ersättning till övrig koncernledning i form av lön och förmåner har utgått med MSEK 65,2 (58,7) varav rörlig ersättning MSEK 3,5 (2,9) utöver detta har en beräknad kostnad om MSEK 15 redovisats avseende den ersättningen som vissa ledande befattningshavare kan erhålla i enlighet med de kompletterande riktlinjerna, se vidare beskrivning i förvaltningsberättelsen sidan 63. Utbetalning kommer att ske tidigast 2019 enligt de riktlinjer som beslutades vid årsstämman 2014. Pensionskostnaden för övriga i koncernledningen uppgick under året till MSEK 25,7 (13,7). Den övriga koncernledningen bestod vid årets utgång av 15 (15) personer varav sex är kvinnor. I ledningsgruppen ingår förutom vd de ansvariga för följande funktioner: finans, inköp, produktion, försäljning & marknadsföring, varumärke, expansion, IR, ekonomi, HR, kommunikation, hållbarhet, säkerhet, new business, IT och logistik. För dessa tjänstemän finns regler om tillägg till ålderspension utöver ITP-plan. Pensionsåldern varierar mellan 60 och 65 år. Åtagandet har delvis täckts genom att separata försäkringar tecknats.

Under 2014 har rörlig ersättning om MSEK 7,4 (2,5) utbetalats till landschefer. Några avtal om avgångsvederlag utöver det för vd ovan nämnda förekommer ej inom koncernen. Anställningsvillkor för övrig koncernledning beslutas av vd och styrelseordförande.

H&M INCENTIVE PROGRAM (HIP)

På en extra bolagsstämma den 20 oktober 2010 beslutades om ett belöningsprogram för samtliga anställda inom H&M-koncernen.

Programmet initierades av familjen Stefan Persson genom en gåva, om 4 040 404 H&M-aktier till ett värde om cirka 1 miljard kronor, till en svensk stiftelse, Stiftelsen H&M Incentive Program.

Alla anställda i H&M-koncernen, oavsett befattning och lönenivå, omfattas av programmet enligt samma grundprincip utifrån arbetad tid, heltid eller deltid. De anställdas tidigare arbetade år tillgodoräknas i kvalifikationstiden, vilken uppgår till fem år, om inte lokala regler kräver annat. Grundregeln är att utbetalning påbörjas tidigast vid 62 års ålder. Det kommer dock att finnas möjlighet att få sina andelar utbetalda redan efter tio anställningsår, dock tidigast 2021.

Årsstämman 2013 beslutade att ändra grunden för framtida avsättningar till HIP. Den tidigare kopplingen till utdelningsökning är numera borttagen, istället är grunden för avsättningar till HIP 10 procent av ökningen av bolagets vinst efter skatt mellan två räkenskapsår

i följd. Vinstökningen beräknas på vinst efter skatt före avsättning till HIP. Vid beräkandet av avsättning till HIP för år 2 ska således det årets vinst efter skatt jämföras mot år 1:s vinst efter skatt före avsättning till HIP. Detta för att båda åren ska ha samma jämförelsegrund, dvs vinst efter skatt före avsättning till HIP. Den första avsättningen till HIP baserat på en vinstökning gjordes för räkenskapsåret som slutade den 30 november 2013.

Avsättning till HIP för ett räkenskapsår kostnadsförs under det år som den hänförs till. Exempel: vinsten efter skatt år 1 är 100. Vinsten efter skatt år 2 är 130, avsättningen ska då vara 3 och kommer att kostnadsföras under år 2.

Det finns ett tak som träder in för att begränsa storleken på avsättningen när vinstökningen mellan två år kan ses som oproportionellt stor. Taket är satt till 2 procent av årets vinst efter skatt före avsättning till HIP.

Avsättningarna till stiftelsen ska placeras i H&M-aktier. Utöver detta finns inget åtagande för H&M.

I koncernredovisningen redovisas kostnaderna för belöningsprogrammet enligt reglerna för kortfristiga vinstandels- och bonusplaner enligt IAS 19. Kostnaderna redovisas när beloppet är fastställt och en förpliktelse föreligger.

För 2014 tillfördes belöningsprogrammet en avsättning om MSEK 303 (31) baserat på grunden för avsättning till HIP som beslutades vid årsstämman 2013 och som beskrivs ovan. Kostnaden för denna avsättning redovisades under det fjärde kvartalet 2014.

7. MEDELANTALET ANSTÄLLDA

	2014 Totalt	Andel män %	2013 Totalt	Andel män %
Sverige	7 489	23	6 868	23
Norge	1 737	10	1 784	10
Danmark	1 585	8	1 529	7
Storbritannien	6 489	23	5 789	23
Schweiz	2 040	13	1 928	14
Tyskland	14 050	19	13 389	19
Nederländerna	2 521	15	2 482	14
Belgien	2 084	25	1 935	26
Österrike	1 912	10	1 881	10
Luxemburg	158	12	154	12
Finland	1 083	7	1 074	7
Frankrike	6 093	23	5 646	23
USA	9 448	36	8 203	35
Spanien	3 746	17	3 440	16
Polen	5 469	17	5 176	17
Tjeckien	820	12	709	12
Portugal	701	17	676	16
Italien	3 705	27	2 897	28
Kanada	1 264	21	1 188	20
Slovenien	117	9	129	14
Irland	398	19	293	18
Ungern	510	20	398	17
Slovakien	196	16	178	16
Grekland	809	18	598	16
Kina	8 129	27	5 985	27
Japan	1 609	48	988	40
Ryssland	2 044	25	1 097	24
Sydkorea	659	30	606	31
Turkiet	1 430	49	864	45
Rumänien	897	28	680	30
Kroatien	324	10	295	10
Singapore	397	35	349	32
Bulgarien	259	29	221	27
Lettland	209	16	94	18
Malaysia	681	61	374	63
Mexiko	352	49	130	52
Chile	251	55	191	48
Litauen	230	10	64	13
Serbien	151	23	66	24
Estland	190	9	82	10
Australien	163	33		
Filippinerna	79	46		
Övriga länder	873	67	669	68
Koncernen totalt	93 351	24	81 099	23

8. AVSKRIVNINGAR

Avskrivningar har beräknats till 12 procent av inventariers och hyresrätters anskaffningsvärden samt till 20 procent på datautrustning och bilar. Avskrivningar på varumärken och kundrelationer avseende FaBric Scandinavien AB samt balanserade utvecklingsutgifter beräknas till 10 procent av anskaffningsvärdet. Byggnader avskrivs med 3 procent av anskaffningsvärdena. På markvärden görs ingen avskrivning. Årets avskrivningar fördelar sig i resultaträkningen enligt följande:

	KONCERNEN		MODERBOLAGET	
	2014	2013	2014	2013
Kostnad sålda varor	568	470	-	-
Försäljningskostnad	4 159	3 463	-	-
Administrationskostnad	318	258	128	115
Totalt	5 045	4 191	128	115

9. REVISIONSARVODEN

	KONCERNEN		MODERBOLAGET	
	2014	2013	2014	2013
Ernst & Young				
Revisionsuppdrag	24,1	20,8	3,3	3,3
Revision utöver revisionsuppdrag	2,7	2,4	0,6	0,4
Skatterådgivning	14,1	13,2	0,4	0,1
Övrig rådgivning	1,1	0,9	-	-
Övriga revisorer				
Revisionsuppdrag	4,0	3,6	-	-
Totalt	46,0	40,9	4,3	3,8

10. SKATT

	KONCERNEN		MODERBOLAGET	
	2014	2013	2014	2013
<i>Skattekostnad (-) / skatteintäkt (+):</i>				
Aktuell skatt				
Periodens skattekostnad	-6 067	-4 183	-127	-4
Justerad skattekostnad avseende tidigare år	-62	-157	-	-42
Summa	-6 129	-4 340	-127	-46
Uppskjuten skatteintäkt (+) / skattekostnad (-) avseende:				
Temporära skillnader i varulager	215	-406	-	-
Underskottsavdrag	-96	66	-	-
Pensionsavsättningar	1	-4	-3	-
Periodiseringsfonder	-281	-505	-	-
Immateriella anläggningstillgångar	-174	-138	-	-
Materiella anläggningstillgångar	102	-95	-	-
Övriga temporära skillnader	443	67	-	-
Effekt av förändrade skattesatser	-	-	-	-
Summa	210	-1 015	-3	0
Totalt	-5 919	-5 355	-130	-46
Uppskjuten skatt redovisad i övrigt totalresultat avseende:				
Säkringsreserv	-44	15	-	-
Förmånsbestämda pensionsplaner	35	-19	5	-4
Summa	-9	-4	5	-4
<i>Avstämning mellan gällande skattesats och effektiv skattesats:</i>				
Förväntad skattekostnad enligt svensk skattesats 22%	-5 697	-4 939	-3 572	-3 515
Effekt av förändrad skattesats i Sverige	-	-33	-	-3
Skillnad i utländska skattesatser	-36	-124	-	-
Ej avdragsgillt/ej skattepliktigt	-124	-105	-12	-15
Övrigt	-	3	-	-
Skatt tidigare år	-62	-157	-	-42
Skattefri utdelning dotterbolag	-	-	3 454	3 529
Totalt	-5 919	-5 355	-130	-46
Redovisade uppskjutna skattefordringar avser:				
Pensionsavsättningar	138	85	49	47
Materiella anläggningstillgångar	189	116	-	-
Underskottsavdrag i dotterbolag	6	102	-	-
Temporära skillnader avseende varulager	909	685	-	-
Säkringsreserv	-	24	-	-
Andra temporära skillnader	995	355	-	-
Totalt	2 237	1 367	49	47
Redovisade uppskjutna skatteskulder avser:				
Immateriella anläggningstillgångar	537	362	-	-
Materiella anläggningstillgångar	895	901	-	-
Varulager	299	270	-	-
Periodiseringsfonder	1 454	1 173	-	-
Säkringsreserv	45	-	-	-
Andra temporära skillnader	57	16	-	-
Totalt	3 287	2 722		

Koncernen har per balansdagen inga underskottsavdrag som inte motsvaras av redovisade uppskjutna skattefordringar.

11. IMMATERIELLA TILLGÅNGAR

	KONCERNEN	
	2014	2013
Varumärke*		
Ingående anskaffningsvärde	470	470
Årets anskaffningar	-	-
Utgående anskaffningsvärde	470	470
Ingående avskrivningar	-262	-215
Årets avskrivning	-47	-47
Utgående ackumulerade avskrivningar	-309	-262
Utgående bokfört värde	161	208
Kundrelationer*		
Ingående anskaffningsvärde	131	131
Årets anskaffningar	-	-
Utgående anskaffningsvärde	131	131
Ingående avskrivningar	-73	-60
Årets avskrivning	-13	-13
Utgående ackumulerade avskrivningar	-86	-73
Utgående bokfört värde	45	58
Hyresrätter		
Ingående anskaffningsvärde	1 285	1 094
Årets anskaffningar	35	179
Avyttringar/utrangeringar	-193	-22
Omräkningseffekter	52	34
Utgående anskaffningsvärde	1 179	1 285
Ingående avskrivningar	-694	-557
Avyttringar/utrangeringar	188	20
Årets avskrivning	-134	-135
Omräkningseffekter	-30	-22
Utgående ackumulerade avskrivningar	-670	-694
Utgående bokfört värde	509	591
Balanserade utgifter		
Ingående anskaffningsvärde	1 369	631
Årets anskaffningar	868	738
Utgående anskaffningsvärde	2 237	1 369
Ingående avskrivningar	-14	-
Årets avskrivningar	-40	-14
Utgående ackumulerade avskrivningar	-54	-14
Utgående bokfört värde	2 183	1 355
Balanserade utgifter avser i huvudsak IT-relaterade investeringar, vilka till en mindre del har tagits i bruk under 2013 och 2014 varvid avskrivningar har påbörjats för dessa delar.		
Goodwill*		
Ingående bokfört värde	64	64
Justerad tilläggsköpeskillning/köpeskillning	-	-
Utgående bokfört värde	64	64

* Varumärke, kundrelationer och goodwill har uppkommit genom företagsförvärv under 2008 av FaBric Scandinavien AB, vilket utgör en kassagenererande enhet. I slutet av november 2010 förvärvade H&M resterande 40 procent av aktierna i FaBric Scandinavien AB.

En nedskrivningsprövning har gjorts under slutet av 2014 av goodwill. Nedskrivningsprövningen baseras på en beräkning av nyttjandevärdet. Nyttjandevärdet har beräknats baserat på diskonterade kassaflöden enligt prognoser för de kommande fem åren samt med en årlig tillväxttakt på 2 procent (2) efterföljande år. En diskonteringsränta om 16 procent (16) före skatt har använts. Kassaflödena baseras på H&M:s affärsplan. Tillväxttakten om 2 procent (2) baseras på H&M:s bedömning av verksamhetens möjligheter och risker. Diskonteringsräntan baseras på en genomsnittligt vägd kapitalkostnad, som bedöms vara i nivå med externa krav som marknaden ställer på liknande företag. Inget nedskrivningsbehov har identifierats och H&M bedömer att rimligt möjliga förändringar i ovanstående variabler inte skulle få så stora effekter att återvinningsvärdet reduceras till ett lägre belopp än redovisat värde.

12. BYGGNADER, MARK OCH INVENTARIER

	KONCERNEN		MODERBOLAGET	
	2014	2013	2014	2013
Byggnader				
Ingående anskaffningsvärde	974	948	112	111
Årets anskaffningar	1	11	-	1
Avyttringar/utrangeringar	-45	-	-	-
Omräkningseffekter	42	15	-	-
Utgående anskaffningsvärde	972	974	112	112
Ingående avskrivningar	-300	-269	-71	-67
Avyttringar/utrangeringar	5	-	-	-
Årets avskrivning	-28	-29	-3	-4
Omräkningseffekter	-11	-2	-	-
Utgående ackumulerade avskrivningar	-334	-300	-74	-71
Utgående bokfört värde	638	674	38	41
Ingående värde pågående projekt	12	-	12	-
Årets förändring	20	12	20	12
Omräkningseffekter	-	-	-	-
Utgående värde pågående projekt	32	12	32	12
Totalt utgående bokfört värde	670	686	70	53
Mark				
Ingående anskaffningsvärde	128	126	3	3
Årets anskaffningar	-	-	-	-
Avyttringar/utrangeringar	0	-	-	-
Omräkningseffekter	6	2	-	-
Utgående bokfört värde	134	128	3	3
Inventarier				
Ingående anskaffningsvärde	36 535	31 304	811	776
Årets anskaffningar	8 191	7 038	218	112
Avyttringar/utrangeringar	-2 272	-2 035	-46	-77
Omräkningseffekter	2 812	228	-	-
Utgående anskaffningsvärde	45 266	36 535	983	811
Ingående avskrivningar	-15 212	-12 978	-398	-364
Avyttringar/utrangeringar	1 900	1 881	46	77
Årets avskrivning	-4 783	-3 953	-125	-111
Omräkningseffekter	-1 355	-162	-	-
Utgående ackumulerade avskrivningar	-19 450	-15 212	-477	-398
Utgående bokfört värde	25 816	21 323	506	413
Ingående värde pågående projekt	49	-	33	-
Årets förändring	276	49	36	33
Omräkningseffekter	3	-	-	-
Utgående värde pågående projekt	328	49	69	33
Totalt utgående bokfört värde	26 144	21 372	575	446

Koncernen har inga väsentliga leasingavtal utöver hyreskontrakt för hyrda lokaler som har ingåtts på normala, marknadsmässiga villkor. För merparten av kontrakten finns möjlighet till förlängning enligt avtalen. Räkenskapsåret 2014 uppgår hyreskostnaden till MSEK 17 176 (15 044), varav omsättningsbaserad hyra MSEK 2 200 (1 869).

Hyror enligt avtalade hyreskontrakt i koncernen (bashyresskuld exklusive eventuell omsättningsbaserad hyra) uppgår till MSEK:

Hyresåtagande inom ett år	13 210 (11 363)
Hyresåtagande inom två till fem år	39 680 (31 446)
Hyresåtagande senare än fem år	25 727 (20 831)

13. FÖRUTBETALDA KOSTNADER

	KONCERNEN		MODERBOLAGET	
	2014	2013	2014	2013
Förutbetalda hyror	1 041	905	13	10
Övriga poster	475	350	7	13
Totalt	1 516	1 255	20	23

14. KORTFRISTIGA PLACERINGAR

	KONCERNEN		MODERBOLAGET	
	2014	2013	2014	2013
Kortfristiga placeringar 4–12 månader	2 602	3 306	2 602	3 304
Totalt	2 602	3 306	2 602	3 304

Balansposten innehåller räntebärande placeringar, det vill säga placeringar i av bank utfärdade värdepapper eller i kortfristiga bankdepositioner.

Placeringarna är gjorda på marknadsmässiga villkor och räntesatserna är i intervallet 0,58–0,80 procent. Skillnaden i räntesats beror främst på vilken valuta beloppet är placerat i.

15. LIKVIDA MEDEL

	KONCERNEN		MODERBOLAGET	
	2014	2013	2014	2013
Bankräkningar och kassa	12 374	11 859	2 314	1 324
Kortfristiga placeringar 0–3 månader	1 717	2 059	0	0
Totalt	14 091	13 918	2 314	1 324

Placeringarna är gjorda på marknadsmässiga villkor och räntesatserna är i intervallet 0,00–9,50 procent. Skillnaden i räntesats beror främst på vilken valuta beloppet är placerat i.

16. TERMINSKONTRAKT

Per balansdagen finns utestående terminskontrakt enligt tabell nedan:

Valutapar	Bokfört och verkligt värde		Nominellt belopp		Genomsnittlig återstående löptid i mån.	
	2014	2013	2014	2013	2014	2013
SÄLJER/KÖPER						
NOK/SEK	13	3	402	383	4	4
GBP/SEK	-18	-51	1 595	1 247	4	4
DKK/SEK	-4	-8	512	439	4	4
CHF/SEK	-8	-10	545	496	4	4
EUR/SEK	-63	-155	9 419	7 925	4	4
PLN/SEK	-9	-15	508	380	4	4
USD/SEK	-122	-4	2 310	1 987	4	4
CAD/SEK	-10	3	373	294	4	4
JPY/SEK	26	16	543	495	4	4
HKD/SEK	-8	0	155	47	4	6
RON/SEK	0	-	25	-	7	-
CNH/SEK	-2	-	65	-	6	-
RUB/SEK	1	-	38	-	6	-
TRY/SEK	-2	-	27	-	6	-
SEK/USD	386	102	12 434	11 114	2	2
SEK/EUR	9	20	1 256	1 146	2	2
Totalt	189	-99	30 207	25 953		

All värdeförändring på derivaten redovisas initialt via Övrigt totalresultat i eget kapital som en såringsreserv. Via övrigt totalresultat omförs verkligt värde från såringsreserven till resultaträkningen i samband med att sårkad transaktion inträffar. Per balansdagen uppgår terminskontrakt med positiva marknadsvärden till MSEK 443 (186), vilket redovisas inom posten Övriga kortfristiga fordringar. Terminskontrakt med negativa marknadsvärden uppgår till MSEK 254 (285), vilket redovisas inom Övriga kortfristiga skulder. Av de utestående terminskontrakten har vinst om MSEK 116 omförts till resultaträkningen då sårkade transaktioner inträffat för dessa kontrakt. Resterande verkligt värde om MSEK 73 ingår i såringsreserven inom eget kapital.

Beträffande värdering se not 19.

TILLGÅNGAR / SKULDER 2014	Bruttobelopp	Bruttobelopp som kvittas i balansräkningen	Nettobelopp i balansräkningen	Relaterade belopp som inte kvittas i balansräkningen		Övriga instrument som inte lyder under kvittningsavtal	Summa i balans- räkningen
				Finansiella instrument	Nettobelopp		
Derivatillgångar	144	-	144	-127	17	299	443
Derivatskulder	141	-	141	-127	14	113	254
Totalt	3	-	3	0	3	186	189

17. AKTIEKAPITAL

Aktiekapitalet fördelas på 194 400 000 st A-aktier (tio röster per aktie) och 1 460 672 000 st B-aktier (en röst per aktie). I övrigt föreligger inga skillnader beträffande aktiernas rättigheter. Totalt antal aktier 1 655 072 000. Utbetald utdelning per aktie 2014 uppgår till kronor 9:50.

H & M Hennes & Mauritz AB genomförde fondemissioner under åren 1983, 1984, 1985 respektive år 1986, varvid så kallade delbevis utfärdades i enlighet med då gällande aktiebolagslag. Ett antal fondaktierättsbevis har ännu inte inkommit för utbyte. Enligt kungörelse i juni 2009 har de motsvarande fondaktierna sålts på marknaden i juni 2010. Innehavarna av fondaktierätterna hade sedan ytterligare fyra år på sig att få ut sin andel av försäljningssumman med avdrag för kostnader för uppmaningen och försäljningen. Under 2010 erhållen

försäljningslikvid efter avdrag för kostnader, totalt MSEK 48 redovisades därför som en kortfristig skuld till och med den 30 juni 2014. Till den del som ingen gjort behörigt anspråk på ersättning har pengarna tillfallit bolaget och därvid ökat eget kapital under 2014.

Koncernens förvaltrade kapital utgörs av eget kapital. Koncernens mål för förvaltningen av kapitalet är att möjliggöra en fortsatt god tillväxt av verksamheten samt att det ska finnas en beredskap att tillvarata affärsmöjligheter. Det är angeläget att expansionen liksom hittills kan ske med fortsatt hög finansiell styrka och fortsatt handlingsfrihet. Mot denna bakgrund har styrelsen fastlagt en utdelningspolicy som innebär att utdelningsandelen bör vara cirka hälften av årets vinst efter skatt. Därutöver kan styrelsen föreslå att eventuell överskottslikviditet också kan delas ut. H&M uppfyller kapitalkraven i den svenska aktiebolagslagen. Några andra externa kapitalkrav föreligger inte.

18. AVSÄTTNINGAR FÖR PENSIONER

	KONCERNEN			MODERBOLAGET		
	2014	2013	2012	2014	2013	2012
Nuvärdet av förmånsbestämda förpliktelser	1 283	993	989	249	239	256
Förvaltningstillgångarnas verkliga värde	-832	-684	-612	-26	-26	-27
Redovisad avsättning i balansräkningen för pensionsförpliktelser	451	309	377	223	213	229
Ingående balans 1 december	309	377	377	213	229	240
Redovisad pensionskostnad, netto	216	-11	61	36	-6	7
Erlagda avgifter	-57	-41	-40	0	0	-2
Utbetalda ersättningar	-17	-16	-21	-26	-10	-16
Redovisat belopp för förmånsbestämda förpliktelser 30 november	451	309	377	223	213	229

Av den totala redovisade förpliktelsen avser 232 (221) förmånsbestämda pensionsplaner i Sverige och 175 (52) i Schweiz.

I de belopp som redovisas som pensionskostnad ingår följande poster:

Kostnader för tjänstgöring under innevarande år	49	47	45	4	4	3
Räntekostnad	26	22	25	8	8	9
Förväntad avkastning på förvaltningstillgångar	-17	-12	-14	-	-1	-1
Reduceringar/Reguleringar vinster (-) och förluster (+)	1	0	-3	-	0	0
Kostnad avseende tjänstgöring under tidigare perioder	-	10	-2	-	0	0
Förändringar i utländska valutakurser för planer som värderas i en annan valuta än rapporteringsvalutan	9	0	-6	-	-	-
Redovisad pensionskostnad i resultaträkningen	68	67	45	12	11	11
Redovisad pensionskostnad i övrigt totalresultat						
Aktuariella vinster (-) och förluster (+)	148	-78	16	24	-17	-4
Summa redovisad pensionskostnad	216	-11	61	36	-6	7

Kostnaden för avgiftsbestämda pensioner uppgår till MSEK 369 (327).

Väsentliga aktuariella antaganden vid balansdagen (vägda genomsnittsvärden)

Diskonteringsränta	1,57%	2,59%	2,30%	2,00%	3,00%	3,00%
Framtida löneökningar	2,41%	2,59%	2,60%	5,00%	5,00%	5,00%
Framtida pensionsökningar (inflation)	0,64%	0,79%	0,80%	1,75%	2,00%	2,00%

En sänkning av diskonteringsräntan med 0,5 procentenheter skulle för den svenska delen av åtagandet medföra en ökning av skulden med MSEK 16.

19. FINANSIELLA TILLGÅNGAR OCH SKULDER FÖRDELADE PER KATEGORI

2014	Lånefordringar och kundfordringar	Finansiella tillgångar som hålles till förfall	Säkringsderivat redovisade till verkligt värde	Andra finansiella skulder	Summa redovisat värde
Andra långfristiga fordringar	-	709	-	-	709
Kundfordringar	3 659	-	-	-	3 659
Övriga fordringar	-	-	443	-	443
Kortfristiga placeringar	-	2 602	-	-	2 602
Likvida medel	12 374	1 717	-	-	14 091
Summa finansiella tillgångar	16 033	5 028	443	-	21 504
Leverantörsskulder	-	-	-	5 520	5 520
Övriga skulder	-	-	254	-	254
Summa finansiella skulder	-	-	254	5 520	5 774

2013	Lånefordringar och kundfordringar	Finansiella tillgångar som hålles till förfall	Säkringsderivat redovisade till verkligt värde	Andra finansiella skulder	Summa redovisat värde
Andra långfristiga fordringar	-	659	-	-	659
Kundfordringar	3 107	-	-	-	3 107
Övriga fordringar	-	-	186	-	186
Kortfristiga placeringar	-	3 306	-	-	3 306
Likvida medel	11 859	2 059	-	-	13 918
Summa finansiella tillgångar	14 966	6 024	186	-	21 176
Leverantörsskulder	-	-	-	4 870	4 870
Övriga skulder	-	-	285	-	285
Summa finansiella skulder	-	-	285	4 870	5 155

Samtliga finansiella tillgångars och skulders verkliga värde överensstämmer i allt väsentligt med bokfört värde. De tillgångar och skulder som redovisas till upplupet anskaffningsvärde har kort kvarvarande löptid, vilket medför att skillnaden mellan bokfört värde och verkligt värde är oväsentlig.

Värdering av kategorin säkringsderivat redovisade till verkligt värde sker baserat på observerbara data, det vill säga enligt nivå 2 i värderingshierarkin enligt IFRS 13.

20. UPPLUPNA KOSTNADER OCH FÖRUTBETALDA INTÄKTER

	KONCERNEN		MODERBOLAGET	
	2014	2013	2014	2013
Semesterlöneskuld	1 046	837	117	116
Sociala avgifter	670	586	115	101
Löneskuld	823	589	43	29
Lokalrelaterade poster	5 332	3 710	7	9
Övriga periodiserade omkostnader	2 811	2 648	97	104
Totalt	10 682	8 370	379	359

21. UPPLYSNINGAR OM NÄRSTÅENDE

Ramsbury Invest AB, som ägs av familjen Stefan Persson, är moderbolag till H & M Hennes & Mauritz AB. H&M-koncernen hyr sedan tidigare följande butikslokaler i av familjen Stefan Persson direkt eller indirekt ägda fastigheter; Drottninggatan 50–52, Drottninggatan 56 och Drottninggatan 57 i Stockholm, Kungsgatan 55 i Göteborg, Stadt Hamburgsgatan 9 i Malmö, Amagertorv 23 i Köpenhamn, Oxford Circus och Regent Street i London, Kaufingerstrasse i München och Via del Corso/Via Tomacelli i Rom samt sedan januari 2008 lokaler för H&M:s huvudkontor i Stockholm. Hyra utgår enligt marknadsmissiga grunder och uppgick till sammanlagt MSEK 379 (305) för räkenskapsåret.

Karl-Johan Persson har erhållit ersättning i form av lön och förmåner uppgående till MSEK 12,6 (12,3) varav rörlig ersättning MSEK 0 (0) för arbete under räkenskapsåret 2014 som verkställande direktör för H & M Hennes & Mauritz AB.

22. EVENTUALFÖRPLIKTELSER

Koncernen är ibland involverad i olika typer av tvister men bedömning är att ingen av de nuvarande tvisterna kommer att ha någon väsentlig påverkan på koncernens resultat.

23. BOKSLUTSDISPOSITIONER

	MODERBOLAGET	
	2014	2013
Lämnade koncernbidrag	-	-1 022
Avskrivning utöver plan	-10	2
Avsättning till periodiseringsfond	-	-
Totalt	-10	-1 020

24. ANDELAR I KONCERNBOLAG

Samtliga bolag är helägda.

2014	Organisationsnummer	Antal andelar	Bokfört värde	Säte
Moderbolagets aktieinnehav				
H & M Hennes & Mauritz Sverige AB	556151-2376	1 250	0,1	Stockholm
H & M Online AB	556023-1663	1 150	0,6	Stockholm
H & M Hennes & Mauritz GBC AB	556070-1715	1 000	2,6	Stockholm
H & M Hennes & Mauritz International B.V.		40	0,1	Nederländerna
H & M India Private Ltd		8 650 000	12,5	Indien
H & M Hennes & Mauritz Japan KK		99	11,7	Japan
FaBric Scandinavien AB	556663-8522	1 380	560,7	Tranås
H & M Hennes & Mauritz International AB	556782-4890	1 000	0,1	Stockholm
H & M Fashion AB	556922-7878	50 000	0,1	Stockholm
Totalt			588,5	

2014	Organisationsnummer	Säte
Dotterbolagens innehav		
H & M Hennes & Mauritz AS		Norge
H & M Hennes & Mauritz A/S		Danmark
H & M Hennes & Mauritz Ltd		Storbritannien
H & M Hennes & Mauritz SA		Schweiz
H & M Hennes & Mauritz B.V. & Co. KG		Tyskland
Impuls GmbH		Tyskland
H & M Hennes & Mauritz Logistics AB Co. KG		Tyskland
H & M Hennes & Mauritz online shop AB & Co. KG		Tyskland
& Other Stories AB & Co. KG		Tyskland
H & M Hennes & Mauritz Holding B.V.		Nederländerna
H & M Hennes & Mauritz Netherlands B.V.		Nederländerna
H & M Hennes & Mauritz Management B.V.		Nederländerna
H & M Hennes & Mauritz Belgium NV		Belgien
H & M Hennes & Mauritz Logistics GBC NV		Belgien
H & M Hennes & Mauritz GesmbH		Österrike
H & M Hennes & Mauritz Oy		Finland
H & M Hennes & Mauritz SARL		Frankrike
H & M Hennes & Mauritz Logistics GBC		Frankrike
H & M Hennes & Mauritz LP		USA
Hennes & Mauritz SL		Spanien
Hennes & Mauritz Customer Services SL		Spanien
H & M Hennes & Mauritz sp. z.o.o.		Polen
H & M Hennes & Mauritz Logistics sp. z.o.o.		Polen
H & M Hennes & Mauritz CZ, s.r.o.		Tjeckien
Hennes & Mauritz Lda		Portugal
H & M Hennes & Mauritz S.r.l.		Italien
H & M Hennes & Mauritz Inc.		Kanada
H & M Hennes & Mauritz d.o.o.		Slovenien
H & M Hennes & Mauritz Ltd		Irland
H & M Hennes & Mauritz Kft		Ungern
H & M Hennes & Mauritz (Far East) Ltd		Hongkong
Puls Trading Far East Ltd		Hongkong
H & M Hennes & Mauritz Holding Asia Ltd		Hongkong
H & M Hennes & Mauritz Ltd		Hongkong
Hennes & Mauritz (Shanghai) Commercial Ltd Co		Kina
H & M Hennes & Mauritz (Shanghai) Trading Ltd Co		Kina
H & M Hennes & Mauritz (Shanghai) Garment Company Ltd		Kina
H & M Hennes & Mauritz SK s.r.o.		Slovakien
H & M Hennes & Mauritz A.E.		Grekland

2014	Organisations- nummer	Säte
H & M Hennes & Mauritz LLC		Ryssland
H & M Hennes & Mauritz TR Tekstil ltd sirketi		Turkiet
H & M Hennes & Mauritz Ltd		Syd Korea
H & M Hennes & Mauritz SRL		Rumänien
H & M Hennes & Mauritz d.o.o. za trgovinu		Kroatien
H & M Hennes & Mauritz PTE Ltd		Singapore
H & M Hennes & Mauritz EOOD		Bulgarien
Weekday Brands AB	556675-8438	Sverige
FaBric Sales AB & Co. KG Germany		Tyskland
Fabric Sales Hong Kong Limited		Hongkong
H & M Hennes & Mauritz S.A de C.V.		Mexiko
H & M Hennes & Mauritz Management S.A de C.V.		Mexiko
H & M Hennes & Mauritz Servicios S.A de C.V.		Mexiko
H & M Hennes & Mauritz Support S.A de C.V.		Mexiko
H & M Hennes & Mauritz SIA		Lettland
H & M Retail SDN BHD		Malaysia
H & M Hennes & Mauritz SpA		Chile
H & M Hennes & Mauritz OÜ		Estland
H & M Hennes & Mauritz UAB		Litauen
H & M Hennes & Mauritz d.o.o.		Serbien
H & M Hennes & Mauritz Proprietary Limited		Sydafrika
H & M Hennes & Mauritz Pty Ltd		Australien
H & M Hennes & Mauritz S.A.C.		Peru
H & M Hennes & Mauritz (Macau) Limited		Macau
H & M Hennes & Mauritz Retail Private Limited		Indien

25. OBESKATTADE RESERVER

	MODERBOLAGET	
	2014	2013
Avskrivningar utöver plan	159	149
Periodiseringsfond	305	305
Totalt	464	454

26. ANSVARFÖRBINDELSER

	MODERBOLAGET	
	2014	2013
Moderbolagsgarantier för hyreskontrakt	13 186	12 034
Totalt	13 186	12 034

27. NYCKELTALSDEFINITIONER

Avkastning på eget kapital

Årets resultat i relation till genomsnittligt eget kapital.

Avkastning på sysselsatt kapital

Resultat efter finansiella poster ökat med räntekostnader i relation till genomsnittligt eget kapital samt genomsnittligt räntebärande skulder.

Andel riskbärande kapital

Eget kapital ökat med uppskjuten skatteskuld i relation till balansomslutningen.

Soliditet

Eget kapital i relation till balansomslutningen.

Eget kapital per aktie

Eget kapital dividerat med antal aktier.

P/E-tal

Priiset per aktie genom resultat per aktie.

Årsredovisningens undertecknande

Undertecknade försäkrar att koncern- och årsredovisningen har upprättats i enlighet med internationella redovisningsstandarder IFRS, sådana de antagits av EU, respektive god redovisningssed och ger en rättvisande bild av koncernens och moderbolagets ställning och

resultat, samt att förvaltningsberättelsen ger en rättvisande översikt över utvecklingen av koncernens och moderbolagets verksamhet, ställning och resultat samt beskriver väsentliga risker och osäkerhetsfaktorer som de företag som ingår i koncernen står inför.

Stockholm den 27 januari 2015

STEFAN PERSSON
Styrelseordförande

ANDERS DAHLVIG
Styrelseledamot

LOTTIE KNUTSON
Styrelseledamot

SUSSI KVART
Styrelseledamot

LENA PATRIKSSON KELLER
Styrelseledamot

MELKER SCHÖRLING
Styrelseledamot

CHRISTIAN SIEVERT
Styrelseledamot

NIKLAS ZENNSTRÖM
Styrelseledamot

INGRID GODIN
Styrelseledamot

MARGARETA WELINDER
Styrelseledamot

KARL-JOHAN PERSSON
Verkställande direktör

Vår revisionsberättelse har avgivits den 27 januari 2015

Ernst & Young AB

Åsa Lundvall
Auktoriserad revisor

Revisionsberättelse

Till årsstämman i H & M Hennes & Mauritz AB (publ), org.nr. 556042-7220

RAPPORT OM ÅRSREDOVISNINGEN OCH KONCERNREDOVISNINGEN

Vi har utfört en revision av årsredovisningen och koncernredovisningen för H & M Hennes & Mauritz AB för räkenskapsåret 2013-12-01 – 2014-11-30 på sidorna 60–90.

STYRELSENS OCH VERKSTÄLLANDE DIREKTÖRENS ANSVAR FÖR ÅRSREDOVISNINGEN OCH KONCERNREDOVISNINGEN

Det är styrelsen och verkställande direktören som har ansvaret för att upprätta en årsredovisning som ger en rättvisande bild enligt årsredovisningslagen och koncernredovisning som ger en rättvisande bild enligt International Financial Reporting Standards, såsom de antagits av EU, och årsredovisningslagen, och för den interna kontroll som styrelsen och verkställande direktören bedömer är nödvändig för att upprätta en årsredovisning och koncernredovisning som inte innehåller väsentliga felaktigheter, vare sig dessa beror på oegentligheter eller på fel.

REVISORNS ANSVAR

Vårt ansvar är att uttala oss om årsredovisningen och koncernredovisningen på grundval av vår revision. Vi har utfört revisionen enligt International Standards on Auditing och god revisionssed i Sverige. Dessa standarder kräver att vi följer yrkesetiska krav samt planerar och utför revisionen för att uppnå rimlig säkerhet att årsredovisningen och koncernredovisningen inte innehåller väsentliga felaktigheter.

En revision innefattar att genom olika åtgärder inhämta revisionsbevis om belopp och annan information i årsredovisningen och koncernredovisningen. Revisorn väljer vilka åtgärder som ska utföras, bland annat genom att bedöma riskerna för väsentliga felaktigheter i årsredovisningen och koncernredovisningen, vare sig dessa beror på oegentligheter eller på fel. Vid denna riskbedömning beaktar revisorn de delar av den interna kontrollen som är relevanta för hur bolaget upprättar årsredovisningen och koncernredovisningen för att ge en rättvisande bild i syfte att utforma granskningsåtgärder som är ändamålsenliga med hänsyn till omständigheterna, men inte i syfte att göra ett uttalande om effektiviteten i bolagets interna kontroll. En revision innefattar också en utvärdering av ändamålsenligheten i de redovisningsprinciper som har använts och av rimligheten i styrelsens och verkställande direktörens uppskattningar i redovisningen, liksom en utvärdering av den övergripande presentationen i årsredovisningen och koncernredovisningen.

Vi anser att de revisionsbevis vi har inhämtat är tillräckliga och ändamålsenliga som grund för våra uttalanden.

UTTALANDEN

Enligt vår uppfattning har årsredovisningen upprättats i enlighet med årsredovisningslagen och ger en i alla väsentliga avseenden rättvisande bild av moderbolagets finansiella ställning per den 30 november 2014 och av dess finansiella resultat och kassaflöden för året enligt årsredovisningslagen. Koncernredovisningen har upprättats i enlighet med årsredovisningslagen och ger en i alla väsentliga avseenden rättvisande bild av koncernens finansiella ställning per den 30 november 2014 och av dess finansiella resultat och kassaflöden för året enligt International Financial Reporting Standards, såsom de antagits av EU, och årsredovisningslagen. Förvaltningsberättelsen är förenlig med årsredovisningens och koncernredovisningens övriga delar.

Vi tillstyrker därför att årsstämman fastställer resultaträkningen och balansräkningen för moderbolaget och för koncernen.

RAPPORT OM ANDRA KRAV ENLIGT LAGAR OCH ANDRA FÖRFATTNINGAR

Utöver vår revision av årsredovisningen och koncernredovisningen har vi även utfört en revision av förslaget till dispositioner beträffande bolagets vinst eller förlust samt styrelsens och verkställande direktörens förvaltning för H & M Hennes & Mauritz AB för räkenskapsåret 2013-12-01 – 2014-11-30.

STYRELSENS OCH VERKSTÄLLANDE DIREKTÖRENS ANSVAR

Det är styrelsen som har ansvaret för förslaget till dispositioner beträffande bolagets vinst eller förlust, och det är styrelsen och verkställande direktören som har ansvaret för förvaltningen enligt aktiebolagslagen.

REVISORNS ANSVAR

Vårt ansvar är att med rimlig säkerhet uttala oss om förslaget till dispositioner beträffande bolagets vinst eller förlust och om förvaltningen på grundval av vår revision. Vi har utfört revisionen enligt god revisionssed i Sverige.

Som underlag för vårt uttalande om styrelsens förslag till dispositioner beträffande bolagets vinst eller förlust har vi granskat styrelsens motiverade yttrande samt ett urval av underlagen för detta för att kunna bedöma om förslaget är förenligt med aktiebolagslagen.

Som underlag för vårt uttalande om ansvarsfrihet har vi utöver vår revision av årsredovisningen och koncernredovisningen granskat väsentliga beslut, åtgärder och förhållanden i bolaget för att kunna bedöma om någon styrelseledamot eller verkställande direktören är ersättningsskyldig mot bolaget. Vi har även granskat om någon styrelseledamot eller verkställande direktören på annat sätt har handlat i strid med aktiebolagslagen, årsredovisningslagen eller bolagsordningen.

Vi anser att de revisionsbevis vi har inhämtat är tillräckliga och ändamålsenliga som grund för våra uttalanden.

UTTALANDEN

Vi tillstyrker att årsstämman disponerar vinsten enligt förslaget i förvaltningsberättelsen och beviljar styrelsens ledamöter och verkställande direktören ansvarsfrihet för räkenskapsåret.

Stockholm den 27 januari 2015
Ernst & Young AB

Åsa Lundvall
Auktoriserad revisor

Bolagsstyrningsrapport

H & M Hennes & Mauritz AB 2014

God bolagsstyrning handlar om att säkerställa att bolag styrs på ett för aktieägarna så effektivt sätt som möjligt. H&M tillämpar Svensk kod för bolagsstyrning (koden) och har upprättat sin bolagsstyrningsrapport enligt årsredovisningslagen samt koden. H&M tillämpar koden sedan 2005. I bolagsstyrningsrapporten för 2014 beskrivs H&M:s bolagsstyrning, ledning och förvaltning samt intern kontroll avseende den finansiella rapporteringen. Rapporten har upprättats av bolagets styrelse och granskats av bolagets revisorer.

H&M har valt att ha bolagsstyrningsrapporten som från årsredovisningen skild handling enligt 6 kap 8 § i årsredovisningslagen (ÅRL). Sådana upplysningar som ska lämnas enligt ÅRL 6 kap 6 § punkt 3–6 ingår i förvaltningsberättelsen på sidan 64 i H&M:s årsredovisning 2014. Därför lämnas dessa inte i bolagsstyrningsrapporten. Bolagets revisorer har enligt ÅRL 6 kap 9 § avgivit ett yttrande över bolagsstyrningsrapporten vilket återfinns på sidan 104.

PRINCIPER FÖR BOLAGSSTYRNING

H & M Hennes & Mauritz AB är ett svenskt publikt aktiebolag. H&M:s B-aktie är noterad vid Nasdaq Stockholm. H&M-koncernen styrs i enlighet av såväl externa regelverk som interna styrdokument.

Exempel på externa regelverk:

- Aktiebolagslagen
- Redovisningslagstiftning, bland annat Bokföringslagen och Årsredovisningslagen
- Nasdaq Stockholm Regelverk för emittenter
- Svensk kod för bolagsstyrning (koden)

Exempel på interna styrdokument:

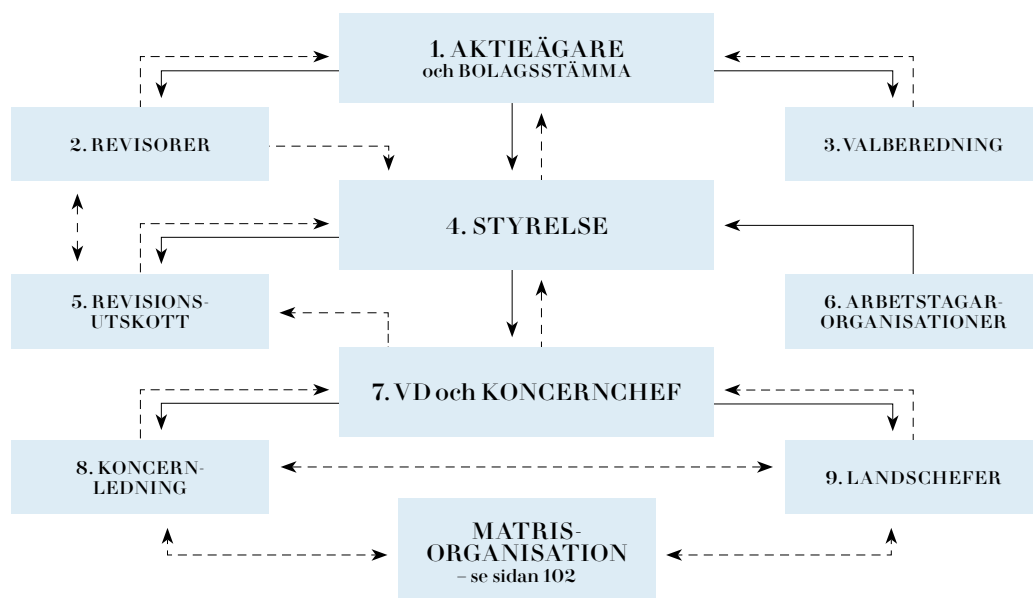
- Bolagsordning
- Instruktioner och arbetsordning för styrelse respektive vd
- Code of Ethics
- Code of Conduct
- Policies som t ex Finanspolicy och Kommunikationspolicy, riktlinjer samt manualer

Koden, som finns tillgänglig på bolagsstyrning.se, bygger på principen "följ eller förklara" vilket innebär att företag som tillämpar koden kan avvika från enskilda regler men då redovisa avvikelserna, och ange skälen till denna samt beskriva den lösning som har valts i stället.

Under 2014 har H&M följt koden i alla avseenden med undantag för punkt 2.4 i koden. H&M:s styrelseordförande är också ordförande i valberedningen vilket avviker mot vad koden anger om att styrelseordförande inte ska vara valberedningens ordförande. Förklaringen till avvikelserna är följande: Valberedningen har utsett styrelseordföranden Stefan Persson till valberedningens ordförande då det kan anses vara ett naturligt val med hänsyn tagen till ägarstrukturen i H&M.

H&M:s BOLAGSSTYRINGSSTRUKTUR

H&M:s aktieägare är de som ytterst fattar beslut om företagets styrning då aktieägarna på årsstämman utser styrelse och styrelsens ordförande. Årsstämman väljer också revisorer samt beslutar om valberedningens principer och väljer dess ledamöter. Styrelsens uppdrag är att för aktieägarnas räkning förvalta H&M:s angelägenheter. Revisorerna rapporterar på årsstämman om sin granskning. Styrelsen fastställer en arbetsordning för styrelsen och en instruktion för vd. Revisionsfrågor hanteras i revisionsutskottet som är den huvudsakliga kommunikationsvägen mellan styrelsen och bolagets revisorer. Styrelsen utser vd. Vd utser i sin tur koncernledning och landschefer. H&M har en matrisorganisation.



- - - -> RAPPORTERAR/INFORMERAR
 ———> UTSETER/VÄLJER/FÖRESLÄR

1. AKTIEÄGARE OCH BOLAGSSTÄMMAN

Bolagsstämman är bolagets högsta beslutande organ och det forum där aktieägarnas rätt att besluta i bolagets angelägenheter utövas.

Ordinarie bolagsstämma (årsstämman) hålls en gång per år för att bland annat behandla årsredovisning och koncernredovisning, behandla frågan om ansvarsfrihet för styrelseledamöter och vd samt besluta om disposition av resultatet för det gångna räkenskapsåret. Årsstämman beslutar också om riktlinjer för ersättning till ledande befattningshavare. Stämman tar också ställning till förslag om ändringar i bolagsordningen samt väljer styrelse och, när så erfordras, revisorer för den kommande mandatperioden. Extra bolagsstämma kan hållas vid speciellt behov.

2. REVISORER

Revisorer utses av ägarna på H&M:s årsstämma vart fjärde år. Revisorer granskar bolagets årsredovisning, koncernredovisning och räkenskaper samt styrelsens och vd:s förvaltning.

3. VALBEREDNING

Valberedningen är bolagsstämmans organ för att skapa beslutsunderlag för stämman när det gäller val av styrelse och styrelseordförande, revisorer och ordföranden vid årsstämma, arvode till styrelse och revisorer samt principer för valberedningen. Redogörelsen över valberedningens arbete inför varje årsstämma finns att läsa i ett separat dokument på www.hm.com/bolagsstyrning. Ledamöterna till H&M:s valberedning väljs av årsstämman.

4. STYRELSE

Styrelsens uppdrag är att för aktieägarnas räkning förvalta bolagets angelägenheter. Styrelseledamöterna väljs av aktieägarna på årsstämman för perioden från årsstämman fram till och med nästa årsstämma. Styrelsen i H&M ska enligt bolagsordningen bestå av minst tre och högst tolv stämموvalda styrelseledamöter med högst lika många suppleanter. Årsstämman beslutar om antalet styrelseledamöter.

H&M:s styrelsearbete styrs, förutom av lagar och rekommendationer, av styrelsens arbetsordning som innehåller regler för arbetsfördelningen mellan styrelsen, dess utskott och vd, ekonomisk rapportering, investeringar och finansiering. Arbetsordningen, som även innefattar arbetsordning för revisionsutskottet, uppdateras utifrån behov men fastställs minst en gång per år.

5. REVISIONSUTSKOTT

Revisionsutskottet övervakar bolagets finansiella rapportering vilket bland annat innebär att övervaka effektiviteten i bolagets interna kontroll och riskhantering. I arbetet ingår att behandla redovisningsfrågor och finansiella rapporter som bolaget lämnar. På revisionsutskottsmötena redovisar revisorer från det av årsstämman valda revisionsbolaget sin granskning av bland annat årsredovisningen och koncernredovisningen. Revisionsutskottet ska även granska och övervaka revisorns opartiskhet och självständighet och fastställa vilka uppdrag revisionsfirman får åta sig för H&M utöver revision. Utskottet ska även biträda valberedningen när förslag till bolagsstämman läggs fram gällande revisorsval.

H&M:s revisionsutskott består av tre styrelseledamöter där samtliga ledamöter har redovisnings- eller revisionskompetens. Samtliga ledamöter är oberoende i förhållande till bolaget, bolagsledningen och även till bolagets större aktieägare. Utskottet utses årligen av styrelsen vid det konstituerande styrelsemötet i samband med årsstämman.

6. ARBETSTAGARORGANISATIONER

Enligt svensk lag har de anställda via arbetstagarorganisationer rätt att utse arbetstagarrepresentanter med suppleanter till bolagets styrelse. Facket utser två styrelseledamöter och två suppleanter till H&M:s styrelse.

7. VD

Vd tillsätts av styrelsen med uppgift att svara för den löpande förvaltningen av bolaget enligt styrelsens anvisningar. Det innebär att vd ska lägga särskild vikt vid bland annat rekrytering av ledande befattningshavare, inköps- och logistikfrågor, kunderbjudande, prisstrategi, försäljning och lönsamhet, hållbarhetsfrågor, marknadsföring, expansion, utveckling av butiksnätet och onlinehandeln samt IT-utveckling. Vd rapporterar till styrelsen om H&M:s utveckling samt tar fram beslutsunderlag för investeringar, etableringar etc. I vd:s roll ingår också kontakt med finansmarknad, media och myndigheter.

8, 9. KONCERNLEDNING OCH LANDSCHEFER

H&M har en matrisorganisation vilket innebär att de funktionsansvariga i koncernledningen ansvarar för funktionens support, utbildning och "best practice" samt att respektive land arbetar ändamålsenligt utefter den centrala avdelningens policier och riktlinjer. Landscheferna ansvarar för försäljningen och lönsamheten samt driften i sitt land och har därigenom ett samlat ansvar för alla funktioner inom sitt land. Landsorganisationerna är i sin tur uppdelade i regioner där ett antal butiker finns inom varje region.

Den interna kontrollen utvärderas årligen av respektive central funktion som kontrollerar att deras respektive funktion i varje land arbetar enligt föreskrivna policier och riktlinjer. Butikerna kontrolleras i sin tur av interna butiksrevisorer.

LÄS MER PÅ hm.com

Det finns mer att läsa om H&M:s bolagsstyrning på www.hm.com/bolagsstyrning

Här finns bland annat information om:

- Tidigare bolagsstyrningsrapporter från och med 2005
- Bolagsordning
- Information om valberedningen, styrelse, vd, revisorer, revisionsutskott etc
- Information och material från tidigare årsstämmor från och med 2004
- Risker och osäkerhetsfaktorer

AKTIEÄGARE OCH ÅRSSTÄMMA

Vid räkenskapsårets slut hade H&M 204 754 aktieägare. Det totala antalet aktier i H&M uppgår till 1 655 072 000 varav 1 944 000 000 A-aktier (tio röster per aktie) och 1 460 672 000 B-aktier (en röst per aktie).

H&M:s största aktieägare är familjen Stefan Persson som via Ramsbury Invest AB äger samtliga A-aktier vilka representerar 57,1 procent av rösterna samt 393 049 043 B-aktier som representerar 11,5 procent av rösterna. Detta innebär att familjen Stefan Persson via Ramsbury Invest AB per den 30 november 2014 representerar 68,6 procent av rösterna samt 35,5 procent av det totala antalet aktier. Ramsbury Invest AB är därmed moderbolag till H & M Hennes & Mauritz AB.

Alla aktieägare som är direktregistrerade i aktieboken och som har anmält deltagande i tid har rätt att delta i stämman och rösta för sina aktier. De aktieägare som inte själva har möjlighet att närvara kan företrädas via ombud. Kallelse till bolagsstämma sker genom publicering av kallelsen på hemsidan samt genom annons i Post- och Inrikes Tidningar, Svenska Dagbladet och Dagens Nyheter.

På hm.com under avsnitt bolagsstyrning finns informationsmaterial samlat från H&M:s senaste årsstämmor samt H&M:s extra bolagsstämma 2010. Där finns även information om aktieägarnas rätt att få ärenden behandlade på stämman och när aktieägarens begäran ska vara H&M tillhanda för att ärendet med säkerhet ska kunna tas med i kallelsen. Även e-mailadress till H&M finns angiven för de aktieägare som vill skicka in sina frågor i förväg till H&M.

ÅRSSTÄMMA 2014

H&M:s årsstämma 2014 hölls den 29 april i Victoriahallen på Stockholmsmässan i Stockholm. 1721 aktieägare var representerade på årsstämman vilka representerade 84,2 procent av rösterna och 67,5 procent av kapitalet

H&M:s styrelse, ledning, valberedning samt bolagets revisorer var närvarande vid stämman.

I huvudsak fattades följande beslut:

- Till stämмоordförande valdes advokat Sven Unger.
- Balans- och resultaträkning för moderbolaget och för koncernen fastställdes.
- Utdelning till aktieägarna om 9,50 kronor per aktie beslutades.
- Styrelseledamöterna och vd beviljades ansvarsfrihet för det gångna räkenskapsåret 2012/2013.
- Antalet stämмоvalda styrelseledamöter fram till nästa årsstämma fastställdes till åtta utan stämмоvalda styrelsesuppleanter.
- De ordinarie styrelseledamöterna Anders Dahlvig, Lottie Knutson, Sussi Kvart, Stefan Persson, Melker Schörling och Christian Sievert omvaldes av årsstämman som även valde in de föreslagna nya styrelseledamöterna Lena Patriksson Keller samt Niklas Zennström. Stefan Persson omvaldes till styrelseordförande.
- Bo Lundquist hade avböjt omval och Mia Brunell Livfors hade på egen begäran lämnat sitt styrelseuppdrag i H&M vid årsskiftet 2013/2014.
- Årsstämman fastställde enligt valberedningens förslag att det totala styrelsearvodet höjdes med 500 000 till totalt 5525 000 kronor. Styrelsearvodet fördelar sig enligt följande: 1500 000 kronor till styrelsens ordförande, 525 000 kronor till stämмоvald styrelseledamot, ledamöter i revisionsutskottet extra 100 000 kronor samt ordförande i revisionsutskottet extra 150 000 kronor.
- Föreslagna principer för valberedningen fastställdes samt ledamöter till valberedningen valdes.
- Förslaget om riktlinjer för ersättning till ledande befattningshavare antogs.

Protokollet från årsstämman presenterades på hemsidan inom två veckor efter stämman. Material från stämman, såsom kallelse, styrelsens yttrande över förslaget till vinstdisposition och vd:s tal och presentation, protokoll mm översattes till engelska och presenterades på hemsidan.

Närvaro röster och kapital på H&M:s årsstämma

ÅR	% AV RÖSTER	% AV KAPITAL
2010	81,9	62,7
2011	82,3	63,5
2012	83,3	65,7
2013	85,3	69,8
2014	84,2	67,5

VALBEREDNINGENS SAMMANSÄTTNING OCH ARBETE UNDER 2014

Valberedningens ledamöter valdes av årsstämman 2014. Valet av valberedningen baserades på principer, som i korthet innebär att valberedningens sammansättning utgörs av styrelseordföranden samt fyra övriga ledamöter som nominerades av de fyra största aktieägarna per den 28 februari 2014 utöver den aktieägare som styrelseordföranden representerar. Principerna innefattar även förfarande för att vid behov ersätta ledamot som lämnar valberedningen innan dess arbete är slutfört. För fullständiga principer se dokumentet Valberedningens redogörelse inför årsstämma 2014 under valberedning på www.hm.com/bolagsstyrning.

Valberedningens sammansättning efter årsstämman 2014:

- Stefan Persson, styrelseordförande
- Lottie Tham
- Liselott Ledin, Alecta
- Jan Andersson, Swedbank Robur Fonder
- Anders Oscarsson, AMF Pension

Valberedningens sammansättning uppfyller kodens krav på oberoende ledamöter.

H&M avviker från kodregeln 2.4 som bland annat anger att styrelsens ordförande inte ska vara valberedningens ordförande. Valberedningen har under året utsett styrelseordföranden Stefan Persson till valberedningens ordförande då det kan anses vara ett naturligt val med hänsyn tagen till ägarstrukturen i H&M.

Den valberedning som valdes vid årsstämman 2013 framlade sitt förslag till årsstämman 2014. I förslaget framgick att Lena Patriksson Keller och Niklas Zennström föreslogs att väljas in som nya styrelseledamöter utöver de ordinarie ledamöterna Anders Dahlvig, Lottie Knutson, Sussi Kvart, Stefan Persson, Melker Schörling och Christian Sievert. Valberedningens motivering till sitt förslag till styrelsesammansättning inför årsstämman 2014 var följande: "Valberedningens bedömning är att föreslagen sammansättning av styrelse väl överensstämmer med punkt 4.1 i Svensk kod för bolagsstyrning, dvs att den föreslagna styrelsen präglas av mångsidighet och bredd vad gäller kompetens, erfarenhet, bakgrund och jämn könsfördelning. Den föreslagna styrelsesammansättningen anses väl möta de krav som ställs vad gäller kompetens och erfarenhet med hänsyn tagen till bolagets verksamhet och framtida utveckling. Föreslagna nyvalda ledamöter bedöms kunna tillföra bred kunskap och kompletterande erfarenheter från modebranschen samt inom IT och online.

Förslaget till styrelsesammansättning uppfyller tillämpliga krav med avseende på oberoende styrelseledamöter och börserfarenhet." Valberedningen har sedan årsstämman 2014 haft ett protokollfört möte och har även haft kontakt därutöver. Vid valberedningens möte

STYRELSENS SAMMANSÄTTNING SAMT NÄRVARO UNDER 2014

NAMN	VALÅR	OBEROENDE ¹⁾	OBEROENDE ²⁾	ARVODE (SEK) ³⁾	STYRELSE-MÖTEN	REVISIONS-UTSKOTT	AKTIEINNEHAV	NÄRSTÅENDES AKTIEINNEHAV
Stefan Persson, ordförande	1979	Nej	Nej	1 350 000	6/6			194 400 000 ⁴⁾ 393 049 043 ⁵⁾
Anders Dahlvig ⁶⁾	2010	Ja	Ja	475 000	5/6	3/3	17 510	
Lottie Knutson	2006	Ja	Ja	475 000	5/6		1 400	
Sussi Kvart	1998	Ja	Ja	575 000	6/6	4/4	4 400	1 700
Bo Lundquist ⁶⁾	1995	Ja	Ja	625 000	2/2	1/1		100 000 ⁷⁾
Lena Patriksson Keller ⁶⁾	2014	Ja	Ja		4/4		700	9 450
Melker Schörling	1998	Ja	Ja	475 000	5/6			228 000 ⁸⁾
Christian Sievert	2010	Ja	Nej ⁹⁾	575 000	6/6	4/4	56 000	4 000 samt 600 ¹⁰⁾
Niklas Zennström ⁶⁾	2014	Ja	Ja		3/4		72 700	
Marie Björstedt ¹¹⁾ arbetstagarledamot	2011				1/1			
Margareta Welinder arbetstagarledamot	2007				5/6			
Ingrid Godin ¹¹⁾ arbetstagarledamot	2012				6/6			60
Rita Hansson ¹¹⁾ arbetstagaruppseant	2014				5/5		300	
Tina Jäderberg arbetstagaruppseant	2007				6/6			

- 1) Oberoende i förhållande till bolaget och bolagsledningen enligt Svensk kod för bolagsstyrning.
 2) Oberoende i förhållande till större aktieägare i bolaget enligt Svensk kod för bolagsstyrning.
 3) Arvode i enlighet med beslut som fattades vid årsstämman 2013. Detta betyder att arvudet utgätt för tiden fram tills nästa årsstämma hålls dvs, för perioden 23 april 2013 till 29 april 2014. Utbetalning av beloppen skedde efter årsstämman 2014.
 4) A-aktier som ägs via Ramsbury Invest AB.
 5) B-aktier som ägs via Ramsbury Invest AB.
 6) Lena Patriksson Keller och Niklas Zennström valdes in i styrelsen vid årsstämman den 29 april 2014 och har därför deltagit i styrelsemötena efter årsstämman. Bo Lundquist hade avböjt omval och lämnade därför styrelsen i samband med årsstämman 2014, således deltog Bo Lundquist i mötena fram till och med årsstämman. Anders Dahlvig, som blev ledamot i revisionsutskottet i samband med årsstämman 2014, har deltagit i samtliga revisionsutskottsmöten efter årsstämman.

- 7) Aktier som ägs via Bo Lundquists bolag Caboran AB.
 8) Aktier som ägs via Melker Schörling AB.
 9) Christian Sievert anses beroende i förhållande till Ramsbury Invest AB därför att Ramsbury Invest AB är större ägare i ett företag där Christian Sievert är vd.
 10) Närståendes aktieinnehav: 4 000 aktier ägs via Christian Sieverts bolag Whitechris Industri AB samt 600 aktier som ägs av maka.
 Tilläggsinformation: Utöver Christian Sieverts aktieinnehav ovan, äger Christian Sievert 5 000 H&M-aktier via en pensionsförsäkring.
 11) Arbetstagarledamot Marie Björstedt avgick i början av 2014. Tidigare arbetstagaruppseanten Ingrid Godin efterträdde Marie Björstedt som arbetstagarledamot och Rita Hansson blev ny arbetstagaruppseant.

Det finns inga utestående aktie- och aktiekursrelaterade incitamentsprogram för styrelsen.

redogjorde Stefan Persson muntligen för årets styrelsearbete. Bedömningen är att styrelsens arbete har fungerat väl under året.

Redogörelsen ges för att valberedningen ska kunna göra en så god bedömning som möjligt när det gäller styrelsens kompetens och erfarenhet. Vidare diskuterade valberedningen bland annat styrelsens storlek, sammansättning, val av ordförande till stämman samt ersättning till styrelseledamöterna. Det har inte utgått någon ersättning till valberedningens ordförande eller till någon av de övriga ledamöterna i valberedningen.

ÅRSSTÄMMA 2015

H&M:s årsstämma 2015 äger rum onsdagen den 29 april 2015 i Victoriahallen på Stockholmsmässan i Stockholm.
 För anmälan till årsstämman 2015, se H&M:s årsredovisning 2014 på sidan 108 eller på www.hm.com/arsstamma.

Valberedningens arbete inför kommande årsstämma är inte avslutat ännu och mer information kommer att presenteras inför och vid årsstämman 2015.

STYRELSELEDAMÖTERNAS OBEROENDE

H&M:s styrelsesammansättning har under året uppfyllt kodens krav enligt punkt 4.4 och punkt 4.5 avseende oberoende ledamöter. Det betyder att majoriteten av de stämموvalda styrelseledamöterna är oberoende i förhållande till bolaget och bolagsledningen. Minst två av dessa är även oberoende i förhållande till bolagets större aktieägare.

STYRELSEN

Styrelsen har sedan årsstämman 2014 bestått av åtta stämموvalda ordinarie ledamöter, utan suppleanter. Därtill kommer två arbetstagarrepresentanter och två suppleanter för dessa. I styrelsen ingår sju kvinnor och fem män. Endast arbetstagarrepresentanterna är anställda i bolaget. Stämموvalda styrelseledamoten Mia Brunell

Livfors begärde att bli entledigad från sitt styrelseuppdrag i H&M från och med årsskiftet 2013/2014 på grund av kommande styrelseuppdrag i närliggande verksamhet.

För fakta om H&M:s styrelseledamöter se sidorna 100–101. Styrelseledamöterna ska ägna H&M den tid och omsorg som uppdraget kräver. Nya styrelseledamöter får introduktionsutbildning där bland annat möten med funktionsansvariga ingår.

H&M håller under ett räkenskapsår vanligtvis sex ordinarie styrelsemöten varav ett konstituerande styrelsemöte. Extra styrelsemöten hålls vid behov. Vd närvarar under samtliga styrelsesammanträden, utom när villkoren för vd behandlas. Vd rapporterar till styrelsen om det operativa arbetet i koncernen samt ser till att styrelsen får ett sakligt och relevant informationsunderlag för beslutsfattande. Andra medlemmar i ledningen, som finanschef och ekonomichef, deltar också för att tillhandahålla styrelsen finansiell information. Styrelsen biträds av en sekreterare som inte är ledamot i styrelsen.

STYRELSENS ARBETE UNDER 2014

Styrelsen har under året haft sex styrelsemöten varav ett konstituerande. Närvaron bland ledamöterna har precis som tidigare år varit hög och vd Karl-Johan Persson har deltagit vid samtliga möten. Styrelsens närvaro redovisas i tabellen Styrelsens sammansättning och närvaro under året.

I korthet har styrelsen bland annat behandlat och diskuterat följande ämnen:

Bolagets finansiella situation bland annat gällande försäljning, kostnader och resultat: Vd har informerat om utvecklingen för H&M och dess olika koncept samt de nya varumärkena COS, Monki, Weekday, Cheap Monday, H&M Home, & Other Stories på olika marknader utifrån det generella marknadsläget, prisbild/konkurrenssituation samt kunderbjudande på respektive marknad. Styrelsen har också fått information om butiksexpansionen på befintliga marknader samt etablering och utveckling på de nya marknaderna Australien och Filippinerna samt satsningarna inom onlinehandeln bland annat lanseringen av H&M:s onlinebutik i Frankrike, Italien, Spanien och Kina och förberedelser för ytterligare uttullning av onlinebutiken.

Vidare har vd rapporterat om mål och fokus för 2014 samt informerat löpande om bland annat inköpsarbetet och produktion, varulagersituation, marknadsföring, hållbarhet, utveckling inom online och IT samt organisationsförändringar.

Årsredovisningen, bolagsstyrningsrapport, kvartalsrapporter har behandlats och diskuterats. Styrelsen har vid januarimötet beslutat om förslag till utdelning för räkenskapsåret 2013 som lades fram vid årsstämman i april.

Koncernledningens uppdaterade riskanalys har behandlats och diskuterats, vilken innan dess har behandlats i revisionsutskottet.

Expansion och investeringar: Styrelsen har gått igenom expansionsstrategin med mål och investeringar för det kommande räkenskapsåret för t ex nya butiker, nya marknader och antalet ombyggnader samt långsiktiga investeringar inom till exempel online, IT och nya varumärken samt breddning av H&M:s befintliga produktsortiment.

Hållbarhet: Strategiska frågor inom koncernens hållbarhetsarbete har diskuterats och behandlats löpande. Resultatet för koncernens hållbarhetsarbete har rapporterats halvårsvis inom t ex efterlevnad av uppförandekoden, mer hållbar bomull, klimatpåverkan, anti-korruption etc.

Övrigt: Styrelsen har under året även diskuterat strategiska ämnen såsom konkurrensfrågor, omvärldsfaktorer och makroekonomiska förhållanden samt utvecklingsmöjligheter för H&M och övriga varumärken.

Redovisnings- och revisionsfrågor bereds i revisionsutskottet och avrapporteras till styrelsen.

Vid varje styrelsemöte rapporterar revisionsutskottets ordförande om de viktigaste punkterna som har diskuterats på det senaste mötet i revisionsutskottet.

Styrelsen har bland annat beslutat om följande:

- Delårsrapporterna, bokslutskommunikén, årsredovisningen och koncernredovisningen samt bolagsstyrningsrapporten.
- Utdelningsförslag till årsstämman om 9,50 kr per aktie för räkenskapsåret 2012/2013.
- Förslag till årsstämman om riktlinjer för ersättning till ledande befattningshavare.
- H&M:s investeringsplan för 2015.
- H&M:s tax policy in brief och dess publicering på hm.com.
- Att fortsätta med nuvarande modell för uppföljning av den interna kontrollen.
- Uppdaterad arbetsordning har antagits under året.

I anslutning till att styrelsen behandlade förslaget till årsredovisning för 2013 avrapporterade revisor Åsa Lundvall årets revisionsarbete.

REVISIONSUTSKOTTET UNDER 2014

Revisionsutskottet utgörs, sedan det konstituerande mötet i anslutning till årsstämman 2014, av ordföranden Christian Sievert och ledamöterna Sussi Kvart och Anders Dahlvig. Utskottet har haft fyra protokollförda möten under räkenskapsåret 2013/2014.

Vid revisionsutskottets möten har Ernst & Young deltagit för avrapportering av revisionsarbetet. Vid mötena har även bland annat finanschef Jyrki Tervonen och ekonomichef Anders Jonasson deltagit. Utskottsmötena protokollförs och delges sedan styrelsen. Under året har bland annat följande behandlats i revisionsutskottet:

- Bolagets finansiella rapportering såsom delårsrapporter, bolagsstyrningsrapport och årsredovisning.
- Efterlevnaden av koncernens interna kontroll- och riskhanteringsprocess samt genomgång av koncernens samlade riskanalys. Vidare har bland annat följande funktioner presenterat/informerat om sitt arbete; säkerhet, hållbarhet, kommunikation, IT, produktion samt logistik.
- Internprissättningsmodellen och skattefrågor samt H&M:s tax policy in brief.
- Ernst & Young har informerat utskottet om resultatet av utförd granskning samt revisionens omfattning.
- Vidare har Ernst & Young informerat om aktuell utveckling av regelverk inom revisionsområdet.
- Revisionsutskottet finner att det är tydligt vilka uppdrag som Ernst & Young åtar sig utöver revision och ser ingen anledning till att ifrågasätta revisionsfirmans opartiskhet. H&M upphandlar även andra konsulttjänster av andra revisionsbolag.

FINANSIELL RAPPORTERING

H&M:s redovisning utgår från lagar och andra regler som gäller noterade bolag på Nasdaq Stockholm. Det är styrelsen som säkerställer kvaliteten på den finansiella redovisningen bland annat genom revisionsutskottet. I övrigt hänvisas till avsnittet om intern kontroll avseende den finansiella rapporteringen.

REVISORER

Vid årsstämman 2013 valdes revisionsbolaget Ernst & Young AB till revisor i H&M för en 4-årig mandatperiod, dvs till och med den årsstämma som hålls 2017. Auktoriserade revisorn Åsa Lundvall från Ernst & Young är huvudansvarig revisor.

Vid årsstämman 2014 beslöts att arvode till revisorerna skulle utgå liksom tidigare enligt löpande räkning.

Ernst & Young AB är medlem i ett världsomspännande nätverk som anlitas för revision i huvuddelen av koncernbolagen och möter H&M:s krav på erforderlig kompetens och geografisk täckning. Revisorns oberoende ställning säkerställs dels av lagstiftning och yrkesetiska regler dels av revisionsfirmans interna riktlinjer samt av revisionsutskottets riktlinjer för vilka uppdrag revisionsfirman får åta sig för H&M utöver revision.

Åsa Lundvall, auktoriserad revisor, har revisionsuppdrag i bland annat ATG, Apoteket, DGC One, Systemair och Systembolaget.

De arvoden som revisorerna fakturerat under de två senaste räkenskapsåren är följande:

REVISIONSARVODEN (MSEK)

	KONCERNEN		MODERBOLAGET	
	2014	2013	2014	2013
Ernst & Young				
Revisionsuppdrag	24,1	20,8	3,3	3,3
Revision utöver revisionsuppdrag	2,7	2,4	0,6	0,4
Skatterådgivning	14,1	13,2	0,4	0,1
Övrig rådgivning	1,1	0,9	-	-
Övriga revisorer				
Revisionsuppdrag	4,0	3,6	-	-
TOTALT	46,0	40,9	4,3	3,8

INFORMATION OM VD

Karl-Johan Persson, född 1975, är vd och koncernchef för H & M Hennes & Mauritz AB sedan den 1 juli 2009.

Innan Karl-Johan Persson tillträdde som vd hade han en operativ roll inom H&M sedan 2005, bland annat som chef för expansion, affärsutveckling samt brand and new business. Karl-Johan Persson har sedan år 2000 varit styrelseledamot i H&M:s dotterbolag i Danmark, Tyskland, USA och Storbritannien. Åren 2006 till 2009 var han även ledamot i styrelsen för H & M Hennes & Mauritz AB.

Mellan 2001 och 2004 var Karl-Johan Persson vd för European Network. Karl-Johan Persson har en ekonomiexamen från European Business School i London.

Karl-Johan Persson har i dag externa styrelseuppdrag i bland annat Svenska Handelskammaren i Storbritannien, Ramsbury Invest AB och GoodCause stiftelse. Karl-Johan Persson är sedan 2013 även styrelseledamot i H&M Conscious Foundation.

Karl-Johan Persson är delägare i Ramsbury Invest AB och har därutöver ett eget aktieinnehav i H&M som uppgår till 12 136 289 B-aktier.

KONCERNLEDNING OCH LANDSCHEFER

H&M har en matrisorganisation där landschefer och personerna i koncernledningen rapporterar direkt till vd, se under avsnittet kontroll-

miljö. Matrisorganisationen består dels av försäljningsländerna med ledning av landschefer, dels av koncernfunktionerna/centrala avdelningarna som funktionscheferna i koncernledningen ansvarar för.

RIKTLINJER FÖR ERSÄTTNING TILL LEDANDE BEFATTNINGSHAVARE

I enlighet med aktiebolagslagen antog årsstämman 2014 riktlinjer för ersättning till ledande befattningshavare inom H&M. För fullständiga riktlinjer se förvaltningsberättelsen sidorna 62–63 i H&M:s årsredovisning 2014.

H&M har inget ersättningsutskott då styrelsen anser att det är mer ändamålsenligt att hela styrelsen fullgör ett ersättningsutskotts uppgifter. Det är styrelsen som tar fram förslag till de riktlinjer för ersättning till ledande befattningshavare som presenteras vid årsstämmorna.

Styrelsen beslutar vd:s lön enligt de riktlinjer som antogs vid årsstämman 2014. Anställningsvillkor för övrig koncernledning beslutas av vd och styrelseordföranden. Avgångsvederlag förekommer inte inom H&M, förutom för vd.

Inför årsstämman 2014 hade styrelsen gjort en utvärdering av tillämpningen av riktlinjerna för ersättning till ledande befattningshavare som antogs vid årsstämman 2013. Resultatet av denna utvärdering presenterades på hemsidan i god tid före årsstämman 2014.



CHRISTIAN SIEVERT
Styrelseledamot samt ledamot
i revisionsutskottet

STEFAN PERSSON
Styrelseordförande

INGRID GODIN
Arbetstagarledamot

LENA PATRIKSSON KELLER
Styrelseledamot

LOTTIE KNUTSON
Styrelseledamot

RITA HANSSON
Arbetstagar-suppleant



MELKER SCHÖRLING
Styrelseledamot

TINA JÄDERBERG
Arbetslagarsuppleant

MARGARETA WELINDER
Arbetslagarsledamot

NIKLAS ZENNSTRÖM
Styrelseledamot

ANDERS DAHLVIG
Styrelseledamot samt ledamot
i revisionsutskottet

SUSSI KVART
Styrelseledamot samt ledamot
i revisionsutskottet

Fakta om styrelsemedlemmarna

STEFAN PERSSON

Styrelseordförande. Född 1947.

HUVUDSYSSELSÄTTNING

Styrelseordförande i H&M.

ÖVRIGA VÄSENTLIGA STYRELSEUPPDRAG

Ledamot i MSAB samt styrelseuppdrag i familjebolag.

UTBILDNING

Stockholms och Lunds Universitet, 1969–1973.

ARBETSLIVSERFARENHET

1976–1982 Landschef för H&M i Storbritannien och ansvarig för H&M:s utlandsexpansion.

1982–1998 Vd och koncernchef för H&M.

1998– Styrelseordförande i H&M.

ANDERS DAHLVIG

Styrelseledamot samt ledamot i revisionsutskottet. Född 1957.

HUVUDSYSSELSÄTTNING

Styrelsearbete.

ÖVRIGA VÄSENTLIGA STYRELSEUPPDRAG

Ordförande i The New Wave Group, styrelseledamot i Kingfisher plc, Oriflame SA, Axel Johnson AB, Resurs Bank AB och Pret A Manger.

UTBILDNING

Civilekonom vid Lunds Universitet 1980 samt Master of Arts-examen från University of California Santa Barbara 1982.

ARBETSLIVSERFARENHET

1983–1993 Olika roller inom IKEA i Sverige, Tyskland, Schweiz och Belgien.

1993–1997 Landschef för IKEA i Storbritannien.

1997–1999 Vice vd IKEA Europa.

1999–2009 Vd och koncernchef för IKEA.

LOTTIE KNUTSON

Styrelseledamot. Född 1964.

HUVUDSYSSELSÄTTNING

Författare och rådgivare inom digital marknadsföring, förändringsarbete och krishantering.

ÖVRIGA VÄSENTLIGA STYRELSEUPPDRAG

Styrelseledamot i Stena Line Holding BV.

UTBILDNING

Université de Paris III, Diplôme de Culture Française, 1985–1986.

Teaterhistoria, Stockholms Universitet, 1989. Journalisthögskolan i Stockholm, 1987–1989.

ARBETSLIVSERFARENHET

1988–1989 Journalist, Svenska Dagbladet.

1989–1995 SAS-koncernens informationsavdelning.

1995–1996 PR-konsult, Johansson & Co.

1996–1998 PR- och informationsansvarig konsult, Bates Sweden.

1998–1999 Informationskonsult, JKL.

1999–2014 Marknadsdirektör, Fritidsresegruppen i Norden.

SUSSI KVART

Styrelseledamot samt ledamot i revisionsutskottet. Född 1956.

HUVUDSYSSELSÄTTNING

Konsultverksamhet med inriktning mot strategisk affärsrådgivning, bolagsstyrning och styrelsearbete.

ÖVRIGA VÄSENTLIGA STYRELSEUPPDRAG

Ordförande i Kvinvest AB. Ledamot i styrelsen för Stockholms Stadshus AB, Transparency International Sverige samt DGC One AB.

UTBILDNING

Jur kand examen från Lunds Universitet 1980.

ARBETSLIVSERFARENHET

1981–1983 Mölndals tingsrätt, tingsnotarie.

1983–1989 Advokatfirman Lagerlöf (numera Linklaters), advokat 1986.

1989–1991 Politisk sakkunnig Riksdagen, folkpartiets riksdagskansli.

1991–1993 Politisk sakkunnig, Statsrådsberedningen.

1993–1999 Bolagsjurist, LM Ericsson.

1997–2001 Ledamot av Aktiebolagskommittén.

2000–2001 Jurist och affärsutvecklare, LM Ericsson, Corporate Marketing and Strategic Business Development.

2002– Sussi Kvart AB.

LENA PATRIKSSON KELLER

Styrelseledamot. Född 1969.

HUVUDSYSSSELSÄTTNING

Arbetande styrelseordförande i kommunikations- och varumärkesbyrån Patriksson Communication AB.

ÖVRIGA VÄSENTLIGA STYRELSEUPPDRAG

Styrelseledamot i WESC och Elite Hotels samt styrelseordförande i ASFB, branschorganisationen Association of Swedish Fashion Brands.

UTBILDNING

Design och marknadsföring vid Parsons School of Design i New York och vid The American University i London.

ARBETSLIVSERFARENHET

1993–1996 Inköp & produktutveckling på H&M.
1996–1998 Global kommunikationsansvarig J.Lindeberg.
1999– Vd och senare arbetande styrelseordförande Patriksson Communication AB.

MELKER SCHÖRLING

Styrelseledamot. Född 1947.

HUVUDSYSSSELSÄTTNING

Grundare och ägare av MSAB.

ÖVRIGA VÄSENTLIGA STYRELSEUPPDRAG

Ordförande i MSAB, AarhusKarlshamn AB, Hexagon AB, Hexpol AB och Securitas AB.

UTBILDNING

Civilekonom vid Handelshögskolan, Göteborg 1970.

ARBETSLIVSERFARENHET

1970–1975 LM Ericsson, Mexiko.
1975–1979 ABB Fläkt, Stockholm.
1979–1983 Vd, Essef Service, Stockholm.
1984–1987 Vd, Crawford Door, Lund.
1987–1992 Vd och koncernchef, Securitas AB, Stockholm.
1993–1997 Vd och koncernchef, Skanska AB, Stockholm.

CHRISTIAN SIEVERT

Styrelseledamot samt ordförande i revisionsutskottet. Född 1969.

HUVUDSYSSSELSÄTTNING

Vd investeringsföretaget AB Max Sievert.

ÖVRIGA VÄSENTLIGA STYRELSEUPPDRAG

Styrelseledamot i AB Segulah, AB Max Sievert samt AB Anders Löfberg.

UTBILDNING

Civilekonom vid Handelshögskolan, Stockholm 1994.

ARBETSLIVSERFARENHET

1994–1997 Bain & Company, konsult Stockholm och San Francisco, USA.
1997–2003 Investment Manager och Partner, Segulah.
2003–2013 Vd/Managing Partner för Segulah.
2013–2014 Partner Segulah.
2014– Vd investeringsföretaget AB Max Sievert.

NIKLAS ZENNSTRÖM

Styrelseledamot. Född 1966.

HUVUDSYSSSELSÄTTNING

Vd för investmentbolaget Atomico, som fokuserar på snabbväxande teknikbolag samt engagemang i Zennström Philanthropies som stödjer verksamheter kopplat till framför allt klimatförändringen, socialt entreprenörskap, Östersjöns miljö samt mänskliga rättigheter.

ÖVRIGA VÄSENTLIGA STYRELSEUPPDRAG

Styrelseledamot i Atomico, Zennström Philanthropies, Rovio, Fon, Fab.

UTBILDNING

Civilingenjör och civilekonom efter studier i teknisk fysik och ekonomi vid Uppsala universitet.

ARBETSLIVSERFARENHET

1991–1994 Produktchef Tele2 AB Stockholm.
1994–1996 Direktör Access Nät Unisource Voice Services AB Stockholm.
1996–1997 Direktör Internet tjänster Tele2 Danmark A/S Köpenhamn.
1997–2000 Direktör Internet tjänster Tele2 Europe ASA Luxembourg/Amsterdam.
2000–2002 Vd och grundare Kazaa Amsterdam.
2001–2003 Vd och grundare Joltid Amsterdam.
2002–2007 Vd och grundare Skype London.
2007– Vd och grundare Atomico, London.

MARGARETA WELINDER

Arbetstagarledamot i H&M:s styrelse sedan 2007. Född 1962.

INGRID GODIN

Arbetstagarledamot i H&M:s styrelse sedan 2012. Född 1959.

RITA HANSSON

Arbetstagar-suppleant i H&M:s styrelse sedan 2014. Född 1951.

TINA JÄDERBERG

Arbetstagar-suppleant i H&M:s styrelse sedan 2007. Född 1974.

INTERN KONTROLL

Styrelsen ansvarar för bolagets interna kontroll, vars övergripande syfte är att skydda bolagets tillgångar och därigenom ägarnas investering. Intern kontroll och riskhantering är en del av styrelsens och ledningens styrning och uppföljning vars syfte är att se till att verksamheten styrs på ett så ändamålsenligt och effektivt sätt som möjligt, säkerställa en tillförlitlig finansiell rapportering samt se till att tillämpliga lagar och regler efterlevs. Denna beskrivning av H&M:s interna kontroll och riskhantering avseende den finansiella rapporteringen har upprättats i enlighet med ÅRL 6 kap 6 § samt punkt 7.4 i Svensk kod för bolagsstyrning.

H&M arbetar utifrån COSO:s ramverk med den interna kontrollen avseende den finansiella rapporteringen. COSO:s ramverk, som är utgivet av Committee of Sponsoring Organizations of the Treadway Commission, utgörs av följande fem delområden; kontrollmiljö, riskbedömning, kontrollaktiviteter, information och kommunikation samt uppföljning.

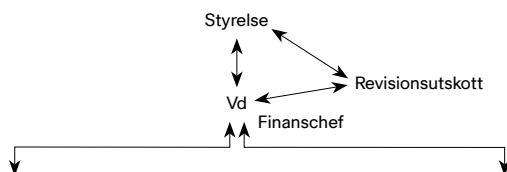
KONTROLLMILJÖ

Kontrollmiljön är basen för den interna kontrollen eftersom den innefattar den kultur som styrelse och ledning kommunicerar och arbetar efter. Kontrollmiljön utgörs främst av etiska värderingar och integritet, kompetens, ledningsfilosofi, organisationsstruktur, ansvar och befogenheter, policies och riktlinjer samt rutiner.

Särskilt viktigt är att styrande dokument såsom interna policies, riktlinjer och manualer finns inom väsentliga områden och att dessa ger god vägledning till medarbetarna. Inom H&M finns framför allt Code of Ethics, en etikpolicy som genomsyrar hela företaget då den beskriver på vilket sätt medarbetarna ska förhålla sig gentemot bolaget och i affärsrelationer med leverantörer.

H&M:s interna kontrollstruktur bygger på:

- Arbetsfördelningen mellan styrelsen, revisionsutskottet och vd, som tydligt beskrivs i styrelsens arbetsordning. Bolagsledningen samt revisionsutskottet rapporterar regelbundet till styrelsen utifrån fastställda rutiner.



Försäljningsländer	Koncernfunktioner/centrala avdelningar*											
	Finans/ Ekonomi	Försäljning & Marknadsföring	Inköp	Produktion	Expansion	Kommunikation	HR	Hållbarhet	Säkerhet	IT	Logistik	
Land 1	←	↑	↑	↑	↑	↑	↑	↑	↑	↑	↑	↑
Land 2	←	↑	↑	↑	↑	↑	↑	↑	↑	↑	↑	↑
Land 3	←	↑	↑	↑	↑	↑	↑	↑	↑	↑	↑	↑
Land 4	←	↑	↑	↑	↑	↑	↑	↑	↑	↑	↑	↑
Land 5	←	↑	↑	↑	↑	↑	↑	↑	↑	↑	↑	↑
Etc	↓	↓	↓	↓	↓	↓	↓	↓	↓	↓	↓	↓

* Ansvarig för respektive koncernfunktion ingår i koncernledningen. Utöver de ovan nämnda funktionerna och vd ingår i koncernledningen även funktionsansvariga för IR, New Business samt varumärke.

- Företagets organisation och sätt att bedriva verksamhet där rollerna och ansvarsfördelningen är tydligt definierade.
- Värderingar och guidelines men även policies, riktlinjer och manualer, där Code of Ethics, finanspolicyn, informationspolicyn, kommunikationspolicyn och butiksinstruktionerna är exempel på viktiga och övergripande policies.
- Medvetenhet bland medarbetarna om vikten av att upprätthålla en god kontroll över den finansiella rapporteringen.
- Kontrollaktiviteter, avstämmningar, analyser, rapportering.

H&M har en matrisorganisation, dvs de funktionsansvariga i koncernledningen ansvarar för att arbetet inom sin funktion i respektive land (de lodräta pilarna) är ändamålsenligt. Landscheferna ansvarar för försäljningen och lönsamheten i sitt land och har därigenom ett samlat ansvar för alla funktioner inom sin verksamhet (de horisontella pilarna). Landsorganisationerna är i sin tur uppdelade i regioner där ett antal butiker finns inom varje region.

Alla bolag inom H&M-koncernen, förutom Weekday Brands som sysslar med grossistförsäljning, har samma struktur och ekonomisystem med samma kontoplan. Detta underlättar skapandet av ändamålsenliga rutiner och kontrollsystem, vilket gynnar den interna kontrollen och underlättar jämförelser mellan de olika bolagen.

För butikerna finns det detaljerade butiksinstruktioner som styr det dagliga arbetet. Inom koncernen finns även ett flertal andra riktlinjer och manualer. Dessa är i de flesta fall utarbetade på de centrala avdelningarna på huvudkontoret i Stockholm och sedan kommunicerade till respektive avdelning på landskontoren. Varje central avdelning går regelbundet igenom sina riktlinjer och manualer för att se vilka som behöver uppdateras och om nya behöver utvecklas.

RISKBEDÖMNING

H&M arbetar löpande med riskanalys där riskerna för fel inom den finansiella rapporteringen ses över. I slutet av varje räkenskapsår uppdateras analysen av de främsta riskerna inom den finansiella rapporteringen i ett koncernövergripande dokument, vilket även görs för analysen av de operationella riskerna.

Liksom tidigare år har varje central funktion i slutet av 2014 gått igenom sina största risker, värderat dessa samt identifierat vilka system, metoder och kontroller som finns på plats för att minimera riskernas eventuella påverkan. Informationen har samlats in på koncernnivå till en övergripande riskanalys samt diskuterats med funktionerna i syfte att få en samlad bild av de största riskerna inom bolaget.

Både riskanalysen för de operationella riskerna samt riskerna inom den finansiella rapporteringen behandlades sedan i revisionsutskottet och delgavs därefter styrelsen.

För beskrivning av H&M:s operationella risker se förvaltningsberättelsen sidorna 64–65 samt för de finansiella riskerna se not 2 Finansiella risker sidorna 78–79 i H&M:s årsredovisning 2014.

För att begränsa riskerna finns det ändamålsenliga policier och riktlinjer samt processer och kontroller inom verksamheten.

KONTROLLAKTIVITETER

Det finns ett antal kontrollaktiviteter inbyggda i varje process för att säkerställa att verksamheten drivs effektivt och att den finansiella rapporteringen vid varje rapporttillfälle ger en rättvisande bild. Kontrollaktiviteterna, som syftar till att förebygga, upptäcka och rätta till felaktigheter och avvikelser, finns på alla nivåer och i alla delar av organisationen. Inom H&M är kontrollaktiviteterna bland annat god kontroll och analys av försäljningsstatistik, kontoavstämningar, månadsvisa bokslut och finansiella rapporter.

Under året görs också löpande IT-revisioner för att säkerställa validiteten i H&M:s IT-system avseende den finansiella rapporteringen. Under 2014 har generella IT-kontroller för några utvalda system reviderats av extern part tillsammans med H&M:s systemägare och systemansvariga.

INFORMATION OCH KOMMUNIKATION

Policier och riktlinjer är särskilt viktiga för en korrekt redovisning, rapportering och informationsgivning och definierar även de kontrollaktiviteter som ska utföras.

H&M:s policier och riktlinjer uppdateras löpande. Det sker främst inom respektive central funktion och kommuniceras till försäljningsländerna genom e-mail och intranätet men också via möten.

För kommunikation med externa parter finns en kommunikationspolicy som ger riktlinjer för hur denna bör ske. Syftet med policyn är att säkerställa att alla informationsskyldigheter efterlevs på ett korrekt och fullständigt sätt.

Finansiell kommunikation lämnas via:

- H&M:s årsredovisning
- Delårsrapporter, bokslutskommuniké och månadsvisa försäljningsrapporter
- Pressmeddelanden om händelser och omständigheter som kan påverka aktiekursen
- H&M:s hemsida hm.com

UPPFÖLJNING

Under 2014 har koncernfunktioner/de centrala avdelningarna gjort utvärderingar av den interna kontrollen inom sina respektive landsfunktioner utifrån dels generella frågor dels avdelningsspecifika frågor som baseras på COSO-modellen.

Arbetet har mynnat ut i en handlingsplan för varje central avdelning innehållande de områden som bör förbättras för att stärka den interna kontrollen ytterligare både avseende respektive land men även för den centrala funktionen. Funktionerna har även utfört uppföljning av de revisioner som gjordes året dessförinnan. Bedömningen är att arbetssättet med utvärdering av internkontrollen är väl förankrat inom organisationen. Det är ett hjälpmedel och styrmedel för de centrala funktionerna att se till att deras respektive avdelningar i försäljningsländerna arbetar på ett enhetligt och önskvärt sätt. Utvärderingen av den interna kontrollen ger även möjlighet för varje

försäljningsland att ge värdefull och konstruktiv feedback till den centrala funktionen om vad som kan förbättras på central nivå. En viktig del i internkontrollarbetet är återkopplingen till landsledningen (landschef och landscontroller) som den centrala funktionen gör av resultatet från utvärderingen i respektive land. Detta görs i syfte att vara transparent och att se till så att länderna arbetar utifrån ”best practice”. Inom produktionsorganisationen finns en gedigen kontroll- och uppföljningsprocess av de interna rutiner som finns samlade i Routine Handbook.

Under 2014 har en genomlysning av frågorna avseende intern kontroll på koncernnivå gjorts för att se vad som kan förbättras och uppdateras i funktionernas arbetsmaterial inför 2015. Detta arbete har gjorts i samarbete med funktionerna och resulterat i uppdaterade checklistor för de centrala funktionerna att använda för sina revisioner under 2015.

Interna butiksrevisorer utför årliga kontroller av butikerna vilket syftar till att se vilka styrkor och svagheter butikerna har och på vilket sätt eventuella brister kan korrigeras. Uppföljning och återkoppling kring eventuella avvikelser som uppkommer vid utvärderingen av den interna kontrollen är en central del i internkontrollarbetet.

Styrelsen och revisionsutskottet utvärderar kontinuerligt den information som bolagsledningen lämnar bland annat avseende den interna kontrollen. Revisionsutskottets arbete med att följa upp effektiviteten i bolagsledningens arbete avseende den interna kontrollen är av särskild betydelse för styrelsen. Arbetet innefattar bland annat att säkerställa att åtgärder vidtas rörande de brister och förslag till åtgärder som framkommit vid de centrala avdelningarnas och interna butiksrevisorerers utvärdering samt vid den externa revisionen. Arbetet med den interna kontrollen medför att medvetenheten kring vikten av god intern kontroll i koncernen upprätthålls och att kontinuerliga förbättringar sker.

INTERREVISION

Styrelsen har enligt punkt 7.4 i Svensk Kod för bolagsstyrning under året utvärderat behovet av en särskild granskningsfunktion. Styrelsen har kommit fram till att den nuvarande modellen för uppföljning av den interna kontrollen som H&M använder är den som är mest lämplig för bolaget. Bedömningen är att denna modell som de centrala avdelningarna som till exempel ekonomi, information, säkerhet, logistik, produktion etc tillämpar i försäljningsländerna samt arbetet som bedrivs av interna butiksrevisorer väl motsvarar det arbete som i andra företag görs av en särskild internrevisionsfunktion. Frågan om en särskild komplett internrevisionsfunktion kommer att prövas på nytt under 2015.

Stockholm i januari 2015

Styrelsen

Mer information om H&M:s bolagsstyrningsarbete finns i avsnittet bolagsstyrning på hm.com.

REVISORS YTTRANDE OM BOLAGSSTYRNINGSRAPPORTEN

Till årsstämman i H & M Hennes & Mauritz AB (publ), org.nr
556042-7220

UPPDRAG OCH ANSVARFÖRDELNING

Vi har granskat bolagsstyrningsrapporten för räkenskapsåret 2013-12-01 – 2014-11-30 på sidorna 92–103. Det är styrelsen som har ansvaret för bolagsstyrningsrapporten och för att den är upprättad i enlighet med årsredovisningslagen. Vårt ansvar är att uttala oss om bolagsstyrningsrapporten på grundval av vår revision.

GRANSKNINGENS INRIKTNING OCH OMFATTNING

Granskningen har utförts i enlighet med RevU 16, Revisorns granskning av bolagsstyrningsrapporten. Det innebär att vi planerat och genomfört revisionen för att med rimlig säkerhet uttala oss om att bolagsstyrningsrapporten inte innehåller väsentliga felaktigheter. En revision innefattar att granska ett urval av underlagen för informationen i bolagsstyrningsrapporten. Vi anser att vår revision ger oss rimlig grund för våra uttalanden nedan.

UTTALANDEN

Vi anser att en bolagsstyrningsrapport har upprättats och att den är förenlig med årsredovisningen och koncernredovisningen.

Stockholm den 27 januari 2015

Ernst & Young AB

Åsa Lundvall
Auktoriserad revisor



Kavaj
1299:–

Fem år i sammandrag

1 DECEMBER - 30 NOVEMBER

RÄKENSKAPSÅRET	2014	2013	2012	2011	2010
Omsättning inklusive moms, MSEK	176 620	150 090	140 948	128 810	126 966
Omsättning exklusive moms, MSEK	151 419	128 562	120 799	109 999	108 483
Ändring från föregående år i SEK, %	18	6	10	1	7
Ändring från föregående år i lokala valutor, %	14	9	11	8	15
Rörelseresultat, MSEK	25 583	22 090	21 754	20 379	24 659
Rörelsemarginal, %	16,9	17,2	18,0	18,5	22,7
Årets avskrivningar, MSEK	5 045	4 191	3 705	3 262	3 061
Resultat efter finansiella poster, MSEK	25 895	22 448	22 285	20 942	25 008
Resultat efter skatt, MSEK	19 976	17 093	16 867	15 821	18 681
Likvida medel och kortfristiga placeringar, MSEK	16 693	17 224	17 143	21 277	24 858
Varulager, MSEK	19 403	16 695	15 213	13 819	11 487
Eget kapital, MSEK	51 556	45 248	43 835	44 104	44 172
Antal aktier, tusental*	1 655 072	1 655 072	1 655 072	1 655 072	1 655 072
Resultat per aktie, SEK*	12:07	10:33	10:19	9:56	11:29
Eget kapital per aktie, SEK*	31:15	27:34	26:49	26:65	26:69
Kassaflöde från den löpande verksamheten per aktie, SEK*	14:60	14:40	11:42	10:53	13:19
Utdelning per aktie, SEK	9:75**	9:50	9:50	9:50	9:50
Avkastning på eget kapital, %	41,3	38,4	38,4	35,8	44,1
Avkastning på sysselsatt kapital, %	53,1	50,0	50,3	47,1	58,7
Andel riskbärande kapital, %	72,5	73,0	76,1	74,9	76,2
Soliditet, %	68,2	68,9	72,8	73,3	74,6
Totalt antal butiker	3 511	3 132	2 776	2 472	2 206
Medelantal anställda	93 351	81 099	72 276	64 874	59 440

* Före och efter utspädning. Då H&M genomförde en aktiesplit 2:1 under 2010 har antalet aktier justerats på samtliga perioder.

** Styrelsens förslag.

För definitioner av nyckeltal se sidan 89.

H&M-aktien

NYCKELTAL PER AKTIE	2014	2013	2012	2011	2010
Eget kapital per aktie, SEK	31:15	27:34	26:49	26:65	26:69
Resultat per aktie, SEK	12:07	10:36	10:19	9:56	11:29
Ändring från föregående år, %	+17	+2	+7	-15	+14
Utdelning per aktie, SEK	9:75*	9:50	9:50	9:50	9:50
Börskurs per 30 november, SEK	319:40	278:00	215:90	214:00	237:40
P/E-tal	26	27	21	22	21

* Styrelsens förslag.

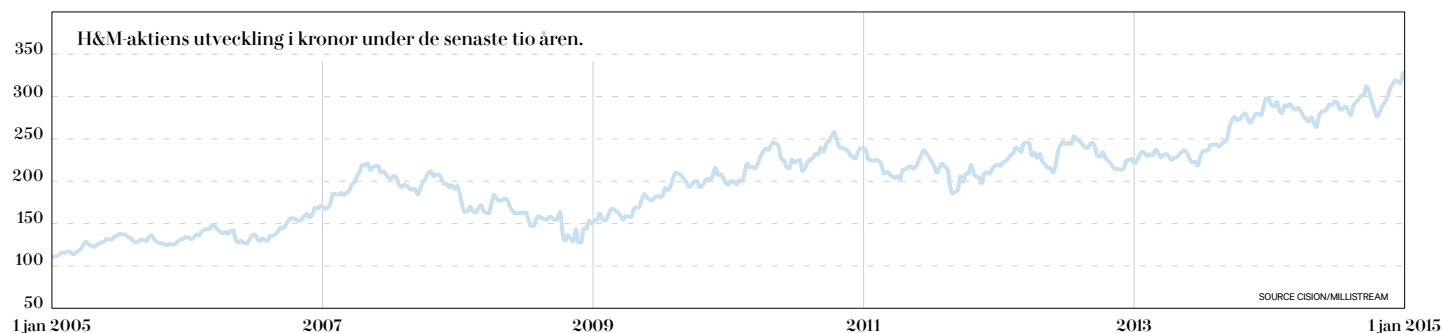
2010 genomförde H&M en aktiesplit 2:1.

FÖRDELNING EFTER AKTIEINNEHAV, 30 NOVEMBER 2014

AKTIEINNEHAV	ANTAL AKTIEÄGARE	%	ANTAL AKTIER	%	MEDELANTAL AKTIER PER AKTIEÄGARE
1–500	159 363	77,8	23 806 008	1,4	149
501–1 000	21 825	10,7	17 344 225	1,0	795
1 001–5 000	18 501	9,0	40 925 346	2,5	2 212
5 001–10 000	2 303	1,1	16 913 089	1,0	7 344
10 001–15 000	720	0,4	9 032 524	0,5	12 545
15 001–20 000	456	0,2	8 053 109	0,5	17 660
20 001–	1 586	0,8	1 538 997 699	93,0	970 364
Summa	204 754	100	1 655 072 000	100	8 083

DE STÖRSTA AKTIEINNEHAVARNA, 30 NOVEMBER 2014

	ANTAL AKTIER	% AV RÖSTVÄRDE	% AV ANTAL AKTIER
Familjen Persson med bolag	623 849 332	69,7	37,7
Lottie Tham med familj	88 080 400	2,6	5,3
Alecta Pensionsförsäkring	67 195 000	2,0	4,1
Swedbank Robur fonder	39 856 742	1,2	2,4
AMF - Försäkring och Fonder	30 651 681	0,9	1,9
Handelsbanken Fonder	18 507 346	0,5	1,1
SEB Investment Management	15 922 566	0,5	1,0
Fjärde AP-fonden	15 605 958	0,5	0,9
Första AP-fonden	12 637 869	0,4	0,8
Livförsäkringsbolaget Skandia	12 262 827	0,4	0,7



För mer information se avsnitt finansiell information på hm.com.

Kontaktuppgifter

HUVUDKONTOR

H & M Hennes & Mauritz AB, Mäster Samuelsgatan 46A, 106 38 Stockholm, Telefon: 08-796 55 00

För information om H&M och adresser till landskontoren, se hm.com

KONTAKTPERSONER

VD Karl-Johan Persson

FINANS Jyrki Tervonen

EKONOMI Anders Jonasson

INKÖP Stina Westerstad

DESIGN Pernilla Wohlfahrt

FÖRSÄLJNING & MARKNADSFÖRING

Mattias Ankarberg

PRODUKTION Karl Gunnar Fagerlin

HÅLLBARHET Anna Gedda

EXPANSION Fredrik Olsson

NEW BUSINESS Madeleine Persson

VARUMÄRKE Anna Tillberg Pantzar

KOMMUNIKATION Kristina Stenvinkel

INVESTOR RELATIONS Nils Vinge

HUMAN RESOURCES Helena Thybell

IT Kjell-Olof Nilsson

LOGISTIK Jonas Guldstrand

SÄKERHET Cenneth Cederholm

DISTRIBUTIONSPOLICY

H&M skickar ut tryckt version av årsredovisningen till de aktieägare som uttryckligen har begärt att få den tryckta versionen. Årsredovisningen finns även tillgänglig för nedladdning och läsning på hm.com.

Årsstämma

TID OCH PLATS

Årsstämma hålls i Victoriahallen, Stockholmsmässan, Stockholm, onsdag den 29 april 2015 kl 15.00.

Rätt att delta på årsstämman har den aktieägare som, dels är registrerad i den utskrift av aktieboken som görs per torsdag den 23 april 2015 och som anmäler sin avsikt att delta på årsstämman senast torsdag den 23 april 2015.

FÖRVALTARREGISTRERADE AKTIER

Aktieägare med förvaltarregistrerade aktier ska ägarregistrera sina aktier för att ha rätt att delta på årsstämman. För att aktierna ska kunna omregistreras i tid, bör aktieägare begära tillfällig ägarregistrering, så kallad rösträttsregistrering, i god tid före den 23 april 2015.

ANMÄLAN

Anmälan om deltagande på stämman sker per brev, fax, telefon eller via H&M:s hemsida till:

H & M Hennes & Mauritz AB
Huvudkontoret/Carola Ardéhn
10638 Stockholm
Telefon: 08-7965500
Fax: 08-7965544
hm.com/arsstamma

Vid anmälan uppges namn, personnummer samt telefonnummer (dagtid).

UTDELNING

Styrelsen och verkställande direktören föreslår årsstämman att utdelning för 2014 lämnas med SEK 9:75 per aktie. Styrelsen har föreslagit 4 maj 2015 som avstämningsdag. Med denna avstämningsdag beräknas utbetalning av utdelningen ske från Euroclear Sweden AB (tidigare VPC AB) den 7 maj 2015. H&M-aktien ska vara köpt senast den 29 april 2015 för att vara garanterad utdelning.

Ekonomisk information

KALENDARIUM

H & M Hennes & Mauritz AB lämnar följande information:

24 mars 2015

29 april 2015

25 juni 2015

24 september 2015

28 januari 2016

Tremånadersrapport

Årsstämma 2015 kl 15.00,

Victoriahallen, Stockholmsmässan.

Sexmånadersrapport

Niomånadersrapport

Bokslutskommuniké

OMSLAG

H&M Conscious
Exclusive, vår 2015,
fotograferad av
Kacper Kasprzyk.

Årsredovisningen är tryckt
på FSC®-märkt papper.



A fashion advertisement featuring a model with blonde hair, wearing a long, flowing dress with a vibrant tropical print in shades of green, pink, and gold. She is also wearing a long, black, structured blazer over the dress. Her shoes are dark, pointed-toe pumps. The background is a simple, light-colored studio setting with soft shadows.

Kappa
499:–



Klänning
499:-