



H & M Hennes & Mauritz AB

PRESSKONFERENS 31 JANUARI 2019

HELÅRSRAPPORT 2018

H&M COS WEEKDAY  MONKL *H&M HOME* *& other stories* ARKET AFOUND



- **KARL-JOHAN PERSSON**

VD

- **NILS VINGE**

IR-ANSVARIG





FJÄRDE KVARTALET 2018 I KORTHET

- Bransch i snabb förändring
- Starkare kollektioner ger ökad fullpridförsäljning och lägre prisnedsättningar i Q4
 - sekventiell lagerförbättring från Q3 till Q4
- Positiva signaler från accelererat omställningsarbete
- Utökade satsningar och investeringar inför byten av plattformar och logistiksystem
 - ökade kostnader
 - ger ytterligare förbättringar för kunderna

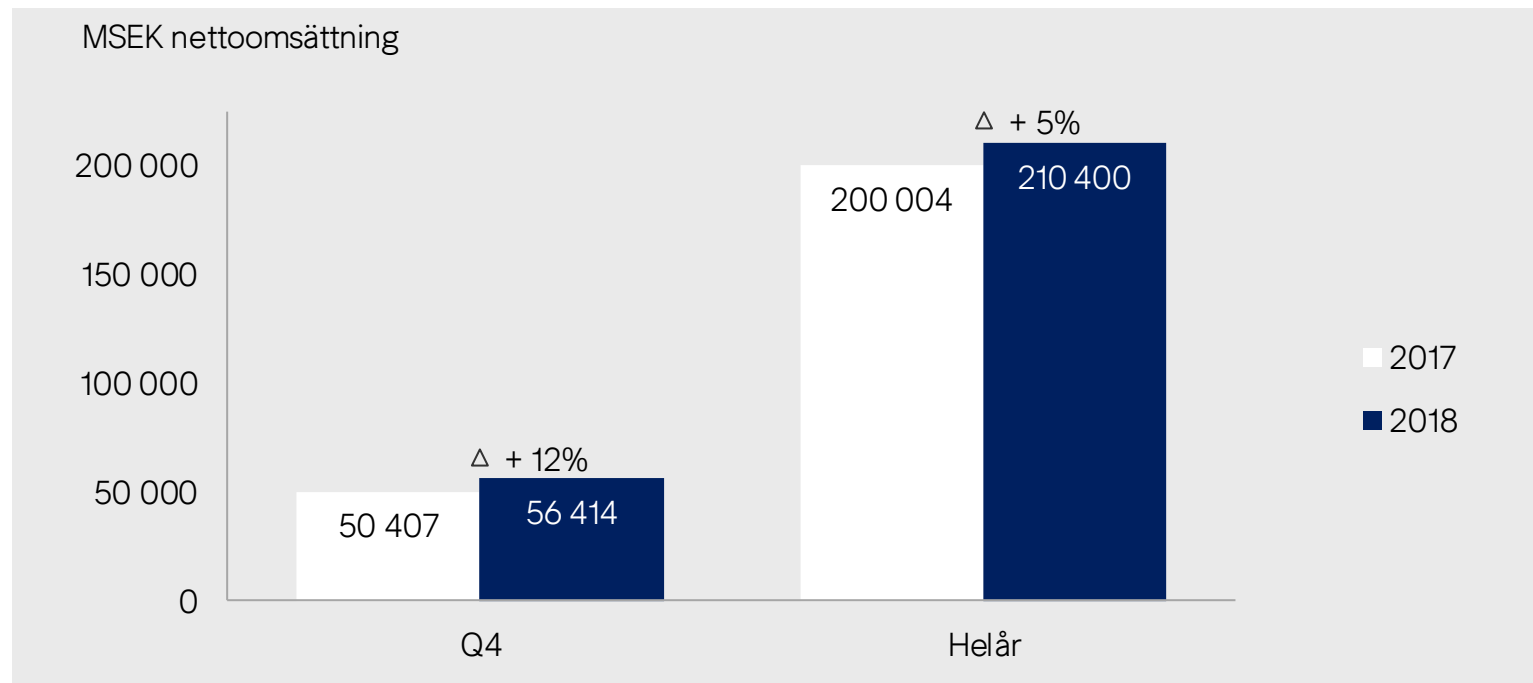


FINANSIELLA DATA



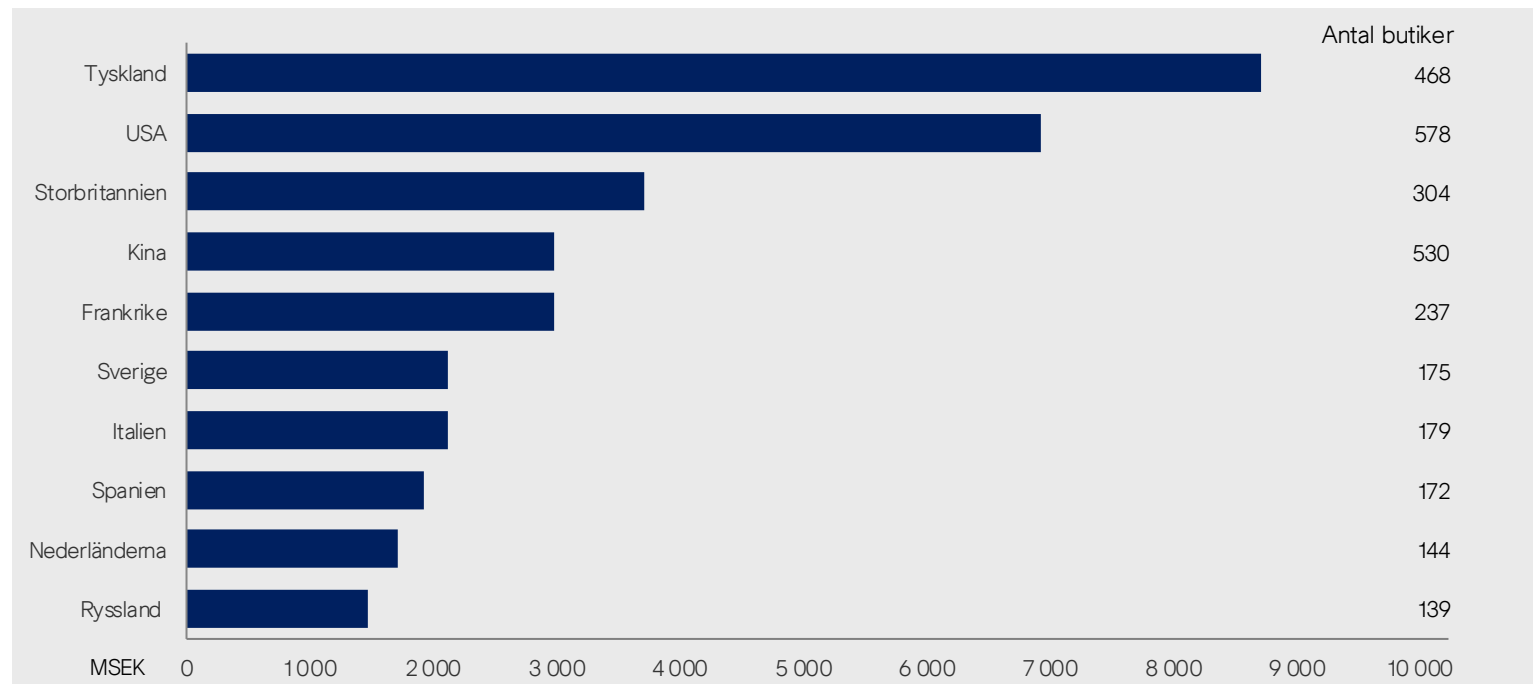
H&M

FÖRSÄLJNING

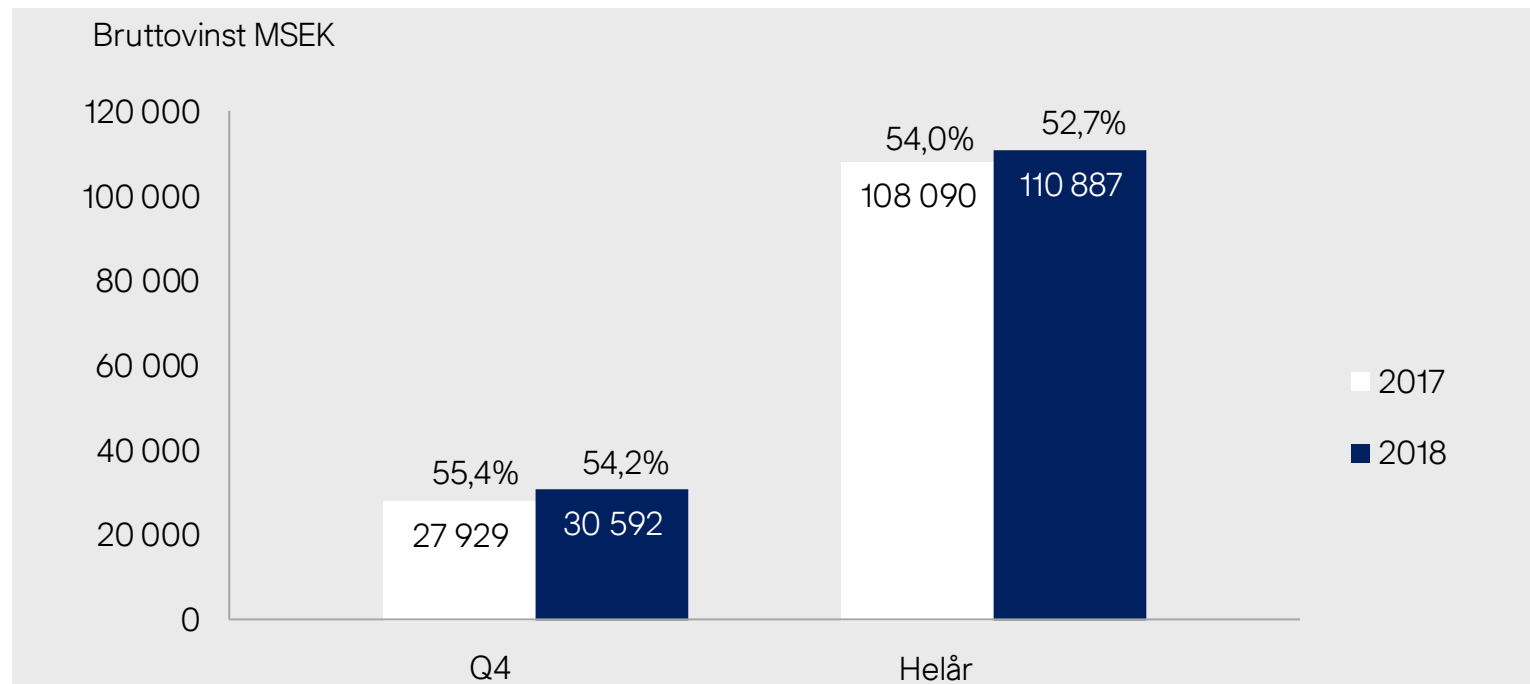


FÖRSÄLJNING PER MARKNAD

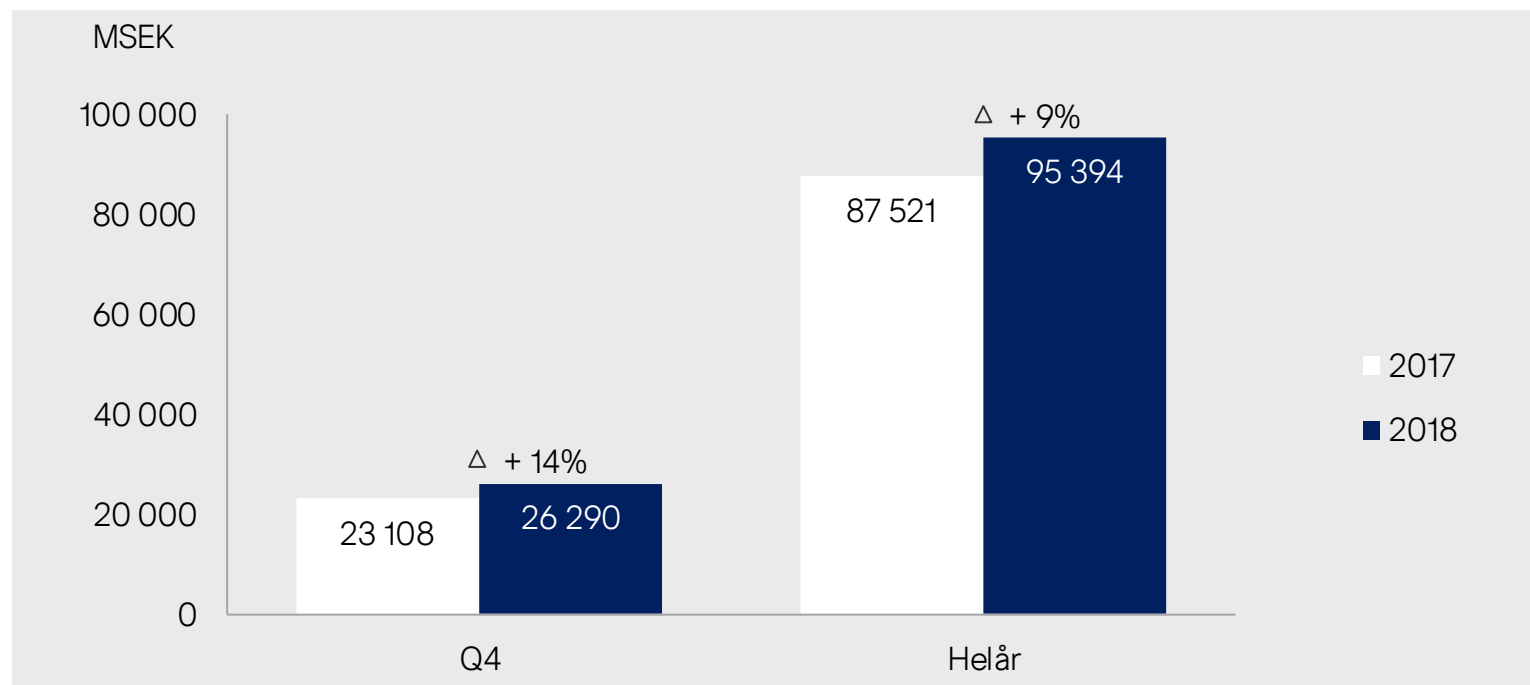
TIO STÖRSTA MARKNADERNA – FJÄRDE KVARTALET



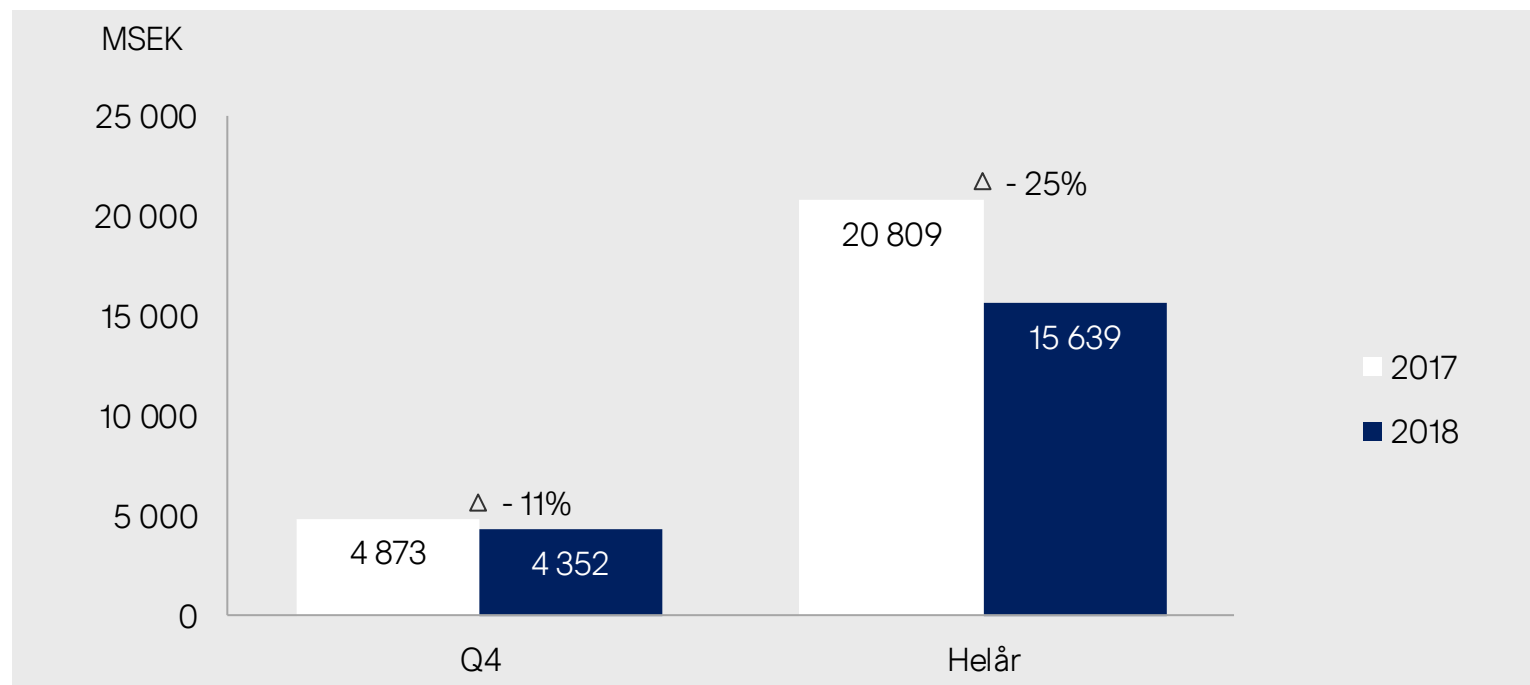
BRUTTORESULTAT OCH BRUTTOMARGINAL



FÖRSÄLJNINGS- OCH ADMINISTRATIONSKOSTNADER



RESULTAT EFTER FINANSIELLA POSTER



FÖRSÄLJNING OCH RESULTAT

FJÄRDE KVARTALET

MSEK	2018	2017
Nettoomsättning	56 414	50 407
Bruttoresultat	30 592	27 929
<i>bruttomarginal, %</i>	54,2	55,4
Rörelseresultat	4 302	4 821
<i>rörelsemarginal, %</i>	7,6	9,6
Finansnetto	50	52
Resultat efter finansiella poster	4 352	4 873
Skatt	-809	-880
Periodens resultat	3 543	3 993
<i>Resultat per aktie, SEK</i>	2:14	2:41



FÖRSÄLJNING OCH RESULTAT

HELÅRET

MSEK	2018	2017
Nettoomsättning	210 400	200 004
Bruttoresultat	110 887	108 090
<i>bruttomarginal, %</i>	52,7	54,0
Rörelseresultat	15 493	20 569
<i>rörelsemarginal, %</i>	7,4	10,3
Finansnetto	146	240
Resultat efter finansiella poster	15 639	20 809
Skatt	-2 987	-4 625
Periodens resultat	12 652	16 184
<i>Resultat per aktie, SEK</i>	7:64	9:78



NYCKELDATA

MSEK	30 nov 2018	30 nov 2017
Varulager	37 721	33 712
Kassaflöde från löpande verksamheten	21 287	21 587
Investeringar	12 828	12 471
Likvida medel och kortfristiga placeringar	11 590	9 718
Utdelning (SEK)	9:75*	9:75
Avkastning på eget kapital, %	21,4	26,8
Medelantal medarbetare**	123 283	120 191

* föreslagen utdelning

** omräknat till heltidstjänster



STRATEGISKA FOKUSOMRÅDEN



H&M



STRATEGISKA FOKUSOMRÅDEN

- Strategiska fokusområden för H&M-gruppens omställningsarbete
 - skapa bästa kunderbjudande
 - snabbt, effektivt och flexibelt produktflöde
 - stabil och skalbar infrastruktur - "tech foundation"
 - ny tillväxt



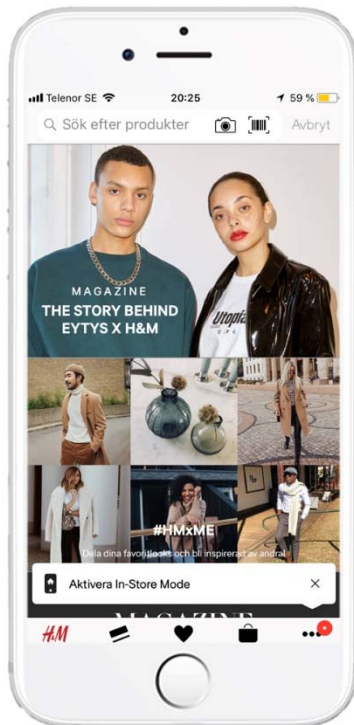


BÄSTA KUNDERBJUDANDE

– SORTIMENT

- Förbättringar av H&M:s sortiment
 - ger ökad fullpridförsäljning och ökad kundnöjdhet
 - investeringar i kunderbjudandet
 - mode och kvalitet till bästa pris, på ett hållbart sätt
- Fortsatt ökad andel hållbara material 2018





BÄSTA KUNDERBJUDANDE

– SHOPPINGUPPLEVELSE

- Fortsatta tester för att höja shoppingupplevelsen i H&M:s butiker
- Uppgraderingar av hm.com och H&M:s mobilapp
- Fortsatt integration av fysiska butiker och online
 - click-and-collect och onlinereturer i butik
 - scan-and-buy på 47 marknader
 - utrullning av tjänsterna in-store-mode och find-in-store till alltfler marknader
- Röststyrd shopping med H&M Home Gift Guide





SNABBT, EFFEKTIVT OCH FLEXIBELT PRODUKTFLÖDE

- Fortsatta investeringar i varuförsörjningskedjan
- Tre nya logistikcenter under fjärde kvartalet
 - Kamen i Tyskland
 - Stryków och Boleslawiec i Polen
- Nya logistikcenter planeras öppna i Madrid och London kring årsskiftet 2019/2020
- AI för trend-detektion, kvantifiering, allokering, prissättning och personalisering
- Differentierade köp med ökad precision och kortare ledtider





TECH FOUNDATION

- Stabil och skalbar infrastruktur
- Alla H&M:s 47 onlinemarknader nu på den nya onlineplattformen
 - framgångsrikt plattformsbyte i Tyskland i januari 2019
 - möjliggör ytterligare förbättringar för kunderna
- Utökade insatser i fjärde kvartalet inför kommande byten till nya logistiksystem
- Snabbare utveckling av kundnära teknologier





NY TILLVÄXT

- För 2019 planeras cirka 175 nya butiker netto
 - totalt cirka 335 nya butiker, varav cirka 240 H&M-butiker, med fokus på tillväxtmarknader
 - intensifierad optimering av butiksportföljen, inklusive cirka 160 butiksstängningar
- Möjlighet att omförhandla närmare 1 000 butikskontrakt 2019
- Global utrullning av online fortsätter
 - Mexiko och (via franchise) Egypten nya onlinemarknader för H&M 2019





H&M



H&M-GRUPPENS VARUMÄRKEN

- COS, Monki, Weekday, H&M Home, & Other Stories, ARKET och Afound
 - fortsatta tillväxtmöjligheter för samtliga varumärken
- Prioriteringar med fokus på kärnverksamheten
 - Cheap Monday avvecklas 2019
 - del av pågående omställningsarbete





H&M

H&M

H & M Hennes & Mauritz AB

H&M COS WEEKDAY  MONKI H&M HOME *& other stories* ARKET AFOUND