



PRESSMEDDELANDE

14 februari 2018

H&M-GRUPPENS KAPITALMARKNADSDAG DEN 14 FEBRUARI 2018

På H&M-gruppens kapitalmarknadsdag idag kommer tidigare lämnad information att kommenteras, fördjupas och preciseras. Ledningen kommer att presentera verksamheten, vilka åtgärder och satsningar som pågår samt ge sin syn på utvecklingen framåt.

Följande tidigare icke offentliggjorda fakta och nyckeltal presenteras:

- H&M-gruppens onlineförsäljning har en god tillväxt med en försäljning som uppgick till 29 miljarder kronor, dvs 12,5 procent av H&M-gruppens totala försäljning.
- H&M-gruppens onlinekanal har en god lönsamhet och stod för 22 procent av H&M-gruppens rörelseresultat.
- New Business, som driver H&M-gruppens nyare varumärken COS, Weekday, Cheap Monday, Monki, H&M Home, & Other Stories och ARKET, har en god tillväxt med en försäljning som uppgick till 17 miljarder kronor, dvs 7 procent av H&M-gruppens totala försäljning.
- En allt större andel av bolagets investeringar och satsningar allokeras till digitala investeringar och utgjorde under det senaste räkenskapsåret 45 procent av H&M-gruppens sammantagna investeringar.
- Nyöppnade butiker har mycket bra villkor och flexibilitet. Genomsnittlig återbetalningstid för nya butiker är mindre än 17 månader.

Ovanstående siffror gäller för räkenskapsåret 2016/2017.

Kommentarer om utvecklingen 2018

Som en följd av det pågående skiftet i branschen och H&M-gruppens pågående förändringsarbete bedöms 2018 att bli fortsatt utmanande. H&M:s försäljning i jämförbara butiker förväntas bli fortsatt negativ med en gradvis förbättring under året. En tuff start med ett stort ingående varulager från Q4 2017 med obalanser i sortimentet leder till höga prisnedsättningskostnader som ger en negativ effekt på resultatet i början av året. H&M-gruppens onlineförsäljning förväntas öka med minst 25 procent och New Business försäljning förväntas öka med minst 25 procent. Försäljning i nyöppnade butiker netto förväntas ge ett tillskott om cirka 4 procent till H&M-gruppens försäljning under 2018. Sammantaget bedöms det finnas goda möjligheter till ett något bättre resultat för helåret jämfört med föregående år.

Kommentarer om utvecklingen 2019-2022

Försäljningen för New Business beräknas fortsätta att öka med minst 25 procent per år och därmed nå över 50 miljarder kronor 2022. Onlineförsäljningen för H&M-gruppen bedöms fortsätta att öka kraftigt med cirka 20 procent per år och därmed nå 75 miljarder kronor år 2022. Försäljningen i nyöppnade butiker netto förväntas ge ett tillskott om cirka 1-3 procent per år till H&M-gruppen. Till detta finns det stora möjligheter till ytterligare försäljningstillskott från två separata och helt nya affärsmodeller som bolaget håller på att utveckla. Det pågående skiftet från fysiska butiker till online förväntas fortsätta. I takt med att H&M-gruppens förändringsarbete och satsningar får effekt bedöms de fysiska butikerna återfå en jämförbar positiv försäljningsutveckling från 2019 och med betydligt lägre prisnedsättningar i relation till omsättningen jämfört med 2017. Sammantaget bedöms detta leda till goda vinstökningar.

Kapitalmarknadsdagen börjar kl 9:30 då styrelseordföranden och majoritetsägaren Stefan Persson hälsar välkomna och lämnar över ordet till vd Karl-Johan Persson som tillsammans med Jyrki Tervonen, finansdirektör, ger en överblick av H&M-gruppens strategi och utveckling. Under dagen kommer även H&M-varumärket och New Business att presenteras av sina respektive team. Utöver detta ges möjlighet att ta del av de digitala satsningarna och bolagets hållbarhetsarbete samt att träffa representanter från samtliga varumärken.

Presentationer från dagen kommer att läggas ut på about.hm.com cirka kl 17.00 den 14 februari. Dagen efter läggs även en webcast ut.

Kontaktpersoner:

Media relations, 08-796 53 00, groupmediarelations@hm.com

Nils Vinge, IR-chef 08-796 52 50, nils.vinge@hm.com

Kristina Stenvinkel, kommunikationsdirektör 08-796 39 08, stenvinkel@hm.com

Framåtriktade uttalanden

Uttalanden i pressreleasen avseende framtida förhållanden och händelser, inklusive framtida utveckling och uttalanden om trender, är framtidsinriktade uttalanden. Till sin natur är sådana framtidsinriktade uttalanden osäkra och innefattar risk eftersom de hänför sig till eller är beroende av framtida förhållanden som ännu inte inträffat. Det kan inte garanteras att framtida resultat inte kommer att avvika väsentligt från de angivna eller förutskickade beroende på ett flertal faktorer, varav många är utanför H&M-gruppens kontroll.

Informationen i detta pressmeddelande är sådan som H & M Hennes & Mauritz AB (publ) ska offentliggöra enligt EU:s marknadsmissbruksförordning (EU) nr 596/2014. Informationen lämnades, genom ovanstående persons försorg, för offentliggörande den 14 februari 2018 kl 08.00 (CET). Detta pressmeddelande, liksom ytterligare information om H&M, finns tillgänglig på about.hm.com