

Tremånadersrapport

Första kvartalet (1 december 2021 – 28 februari 2022)

- H&M-gruppens nettoomsättning i lokala valutor ökade med 18 procent under första kvartalet. Omräknat till SEK ökade nettoomsättningen med 23 procent till MSEK 49 166 (40 060).
- Väl mottagna kollektioner ledde till ökad andel fullpridförsäljning och lägre nedsättningskostnader. Samtidigt påverkades kvartalets försäljning och resultat av negativa pandemieffekter på många av koncernens stora marknader. Resultatet påverkades även av ökade tillväxtrelaterade satsningar inom främst tech och varuförsörjningskedjan.
- Bruttoresultatet ökade till MSEK 24 260 (19 057), vilket motsvarar en bruttomarginal om 49,3 procent (47,6).
- Rörelseresultatet ökade till MSEK 458 (-1 128), motsvarande en rörelsemarginal om 0,9 procent (-2,8). Rullande 12 månader var rörelsemarginalen 8,1 procent (-0,4).
- Koncernens resultat efter skatt ökade till MSEK 217 (-1 070), motsvarande SEK 0:13 (-0:65) per aktie.
- Kassaflödet från den löpande verksamheten uppgick till MSEK 3 624 (5 936).
- Den finansiella nettokassan ökade till MSEK 17 446 (2 199). Summan av likvida medel och utnyttjade kreditfaciliteter uppgick till MSEK 42 848 (42 432).



H&M

Nettoomsättning
+18%
i lokala valutor

Rörelsemarginal
8,1% (-0,4)
rullande 12 månader

- H&M-gruppen har pausat all försäljning i Ryssland, Belarus och Ukraina. Totalt rör det sig om 185 butiker samt onlineförsäljningen i Ryssland.
- Nettoomsättningen 1 – 28 mars 2022 ökade med 6 procent i lokala valutor jämfört med motsvarande period föregående år. Exklusive Ryssland, Belarus och Ukraina var ökningen 11 procent.
- H&M fortsätter att expandera till fler marknader. I mars öppnades den första H&M-butiken framgångsrikt i Kambodja via franchise. Ytterligare nya H&M-marknader under 2022 blir Ecuador, Kosovo och Nordmakedonien samt via franchise i Costa Rica och Guatemala. Under 2023 planerar H&M att öppna sin första butik i Albanien.
- H&M-gruppen integrerar sin års- och hållbarhetsredovisning som publiceras idag. Där framgår bland annat att klimatmålen stärkts ytterligare, att användandet av återvunna material tredubblats samt att användandet av plastförpackningar minskat kraftigt.
- Årsstämma hålls den 4 maj 2022 med beslut bland annat om styrelsens förslag till utdelning om 6:50 kronor per aktie att utbetalas i två delar samt bemyndigande om återköp av aktier för inlösen om 3 miljarder kronor.

”Vi är djupt oroade över kriget i Ukraina och vi följer utvecklingen noga. Vi sluter upp bakom alla runt om i världen som väddar om fred. Återigen måste vi vara flexibla och agera snabbt utifrån de ändrade förutsättningarna. H&M-gruppen, H&M Foundation och Erling-Perssons Stiftelse har hittills donerat cirka MSEK 170 samt kläder och andra förnödenheter till bland annat UNHCR, Rädda Barnen, Röda Korset och UNICEF”, säger Helena Helmersson, vd.

Kommentar av Helena Helmersson, vd

”Efter att ha avslutat förra året med en försäljning som var tillbaka på samma nivå som innan pandemin och med en stark finansiell ställning inledde vi det nya året med ökade satsningar för att skapa en ännu bättre grund för långsiktig tillväxt. Satsningarna handlar framförallt om att fortsätta utveckla kundupplevelsen genom att till exempel ytterligare bredda sortimentet och integrera försäljningskanalerna, fortsätta investera i infrastruktur som tech och varuförsörjningskedjan men också i förnybar energi och hållbara material.

Utöver de generella följd effekterna av pandemin såsom exempelvis störningar och förseningar i varuförsörjningskedjan, drabbades flera av våra viktiga marknader av en ny våg av pandemin under första kvartalet. Trots det såg vi en återhämtning av försäljningen i fysisk butik jämfört med föregående år samtidigt som onlineförsäljningen fortsatt var bra. Detta visar värdet av att ha både fysiska och digitala kanaler som stärker och kompletterar varandra. Väl mottagna kollektioner gjorde att fullpridförsäljningen fortsatte att öka och att prisnedsättningarna därför minskade mer än väntat.

Vi är djupt oroad över kriget i Ukraina och sympatiserar med alla människor som drabbas. Vi stängde våra butiker i Ukraina med hänsyn till medarbetares säkerhet. Sedan början av mars är all försäljning pausad även i Ryssland och Belarus. H&M-gruppen, H&M Foundation och Erling-Perssons Stiftelse har hittills donerat cirka MSEK 170 samt kläder och andra förnödenheter till bland annat UNHCR, Rädda Barnen, Röda Korset och UNICEF. H&M-gruppen värnar om samtliga medarbetare och vi sluter upp bakom alla runt om i världen som vädjar om fred.

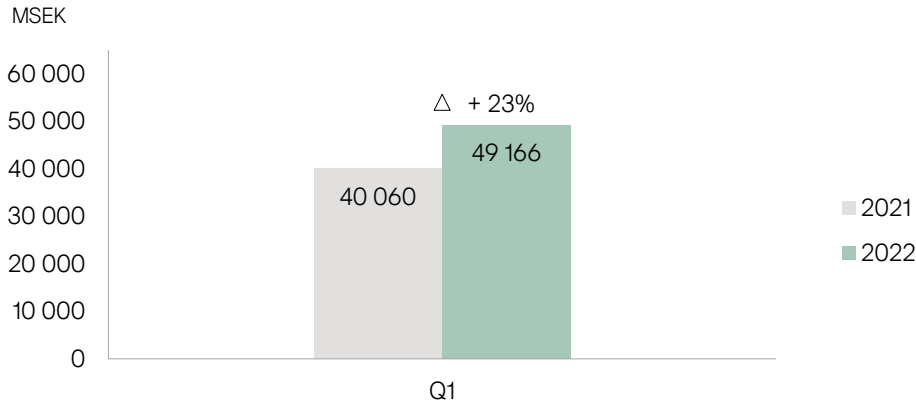
Förutom effekterna kopplade till den pausade försäljningen i Ryssland, Belarus och Ukraina så ligger koncernens övriga planer fast. Vi har en god flexibilitet som gör att vi kan agera snabbt utifrån ändrade förutsättningar i vår omvärld. Vi har ett väl positionerat kunderbjudande och har fullt fokus på att möta kundernas ständigt ökande förväntningar på prisvärt och hållbart mode.

H&M-gruppen tar ytterligare steg mot att erbjuda kunderna mer hållbara produkter. Vi integrerar vår års- och hållbarhetsredovisning som publiceras idag. I den framgår bland annat att vi tredubblat användandet av återvunna material och stärkt våra ambitiösa klimatmål ytterligare. Läs gärna mer om det och vårt hållbarhetsarbete på [hmgroup.com](https://www.hmgroup.com).”

[hmgroup.com/investors/annual-and-sustainability-report](https://www.hmgroup.com/investors/annual-and-sustainability-report)



Försäljning



COS

H&M-gruppens nettoomsättning i lokala valutor ökade med 18 procent under första kvartalet 2022 jämfört med motsvarande period föregående år. Omräknat till SEK ökade nettoomsättningen med 23 procent till MSEK 49 166 (40 060).

Kvartalet präglades av omikronviruset och dess negativa effekter. På flera av de största marknaderna tvingades butikerna stänga samtidigt som de öppna butikerna påverkades av omfattande restriktioner.

Försäljningen i fysisk butik ökade med 38 procent i SEK och med 32 procent i lokala valutor samtidigt som onlineförsäljningen fortfarande var bra, strax under föregående års höga nivå.

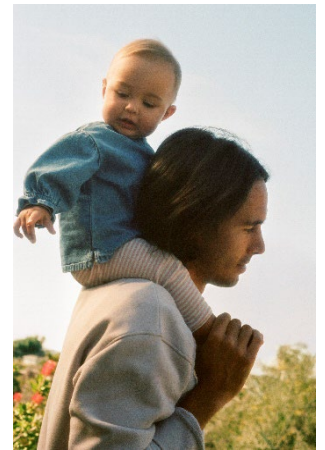
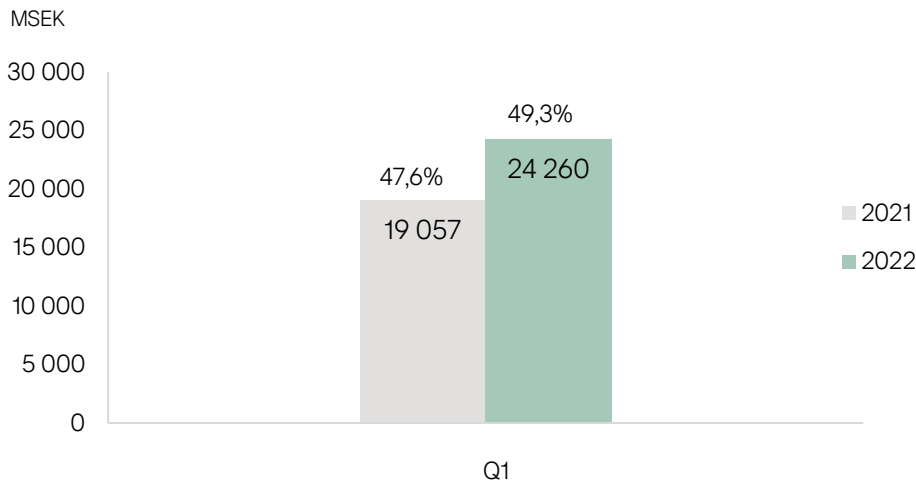
Portfolio brands försäljning i det första kvartalet ökade med 26 procent i SEK och med 21 procent i lokala valutor.

Försäljning per region, första kvartalet

	MSEK	MSEK	SEK	Lok. val.	Nya butiker (netto)	Antal butiker	
	Q1 - 2022	Q1 - 2021	Förändring i %		Q1 - 2022	28 feb - 22	28 feb - 21
Norden	4 440	3 857	15	13	-15	412	455
Västra Europa	15 074	10 985	37	35	-21	1 106	1 174
Östra Europa	5 152	4 231	22	18	4	657	642
Södra Europa	6 300	5 440	16	17	-15	635	684
Nord- och Sydamerika	10 931	8 019	36	26	-23	734	757
Asien, Oceanien & Afrika	7 269	7 528	-3	-9	-10	1 177	1 237
Totalt	49 166	40 060	23	18	-80	4 721	4 949

Bruttoresultat och bruttomarginal

Bruttoresultatet och bruttomarginalen är resultatet av många faktorer, såväl interna som externa, och påverkas främst av de beslut som H&M-gruppen tar utifrån strategin att alltid ha det bästa kunderbudandet på varje enskild marknad – utifrån kombinationen mode, kvalitet, pris och hållbarhet.



ARKET

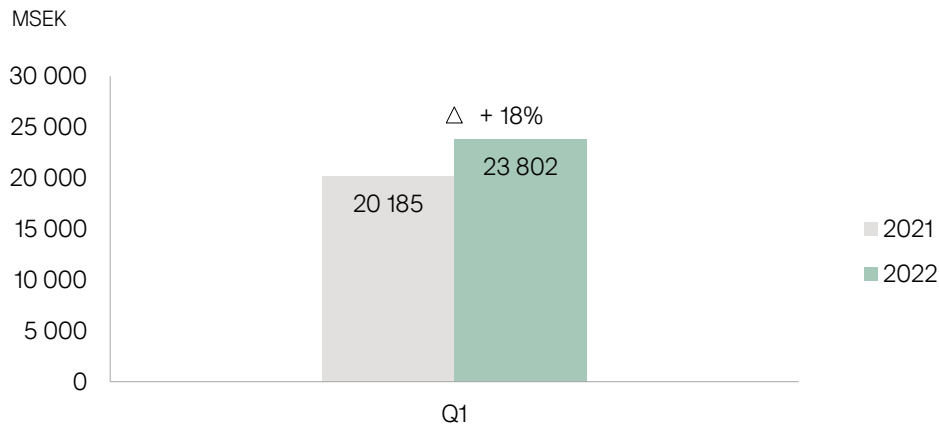
Bruttoresultatet ökade med 27 procent till MSEK 24 260 (19 057), vilket motsvarar en bruttomarginal om 49,3 procent (47,6).

Ökad fullpridförsäljning och lägre prisnedsättningar. Väl mottagna kollektioner ledde till ökad fullpridförsäljning och fortsatt minskade kostnader för prisnedsättningar. Detta hade en positiv påverkan på bruttomarginalen med över 1 procentenhet jämfört med motsvarande kvartal föregående år, vilket var bättre än vad bolaget bedömde inledningsvis.

Externa faktorer som påverkar inköpskostnaderna. För det första kvartalet blev den sammantagna effekten av de externa faktorerna som påverkar inköpskostnaderna något negativ, jämfört med motsvarande inköpsperiod föregående år, främst drivet av att de ökade frakt- och råvarukostnaderna började slå igenom.

För inköpen till andra kvartalet 2022 bedöms marknadsläget för de externa faktorerna sammantaget bli negativt jämfört med motsvarande inköpsperiod föregående år.

Försäljnings- och administrationskostnader



& other Stories

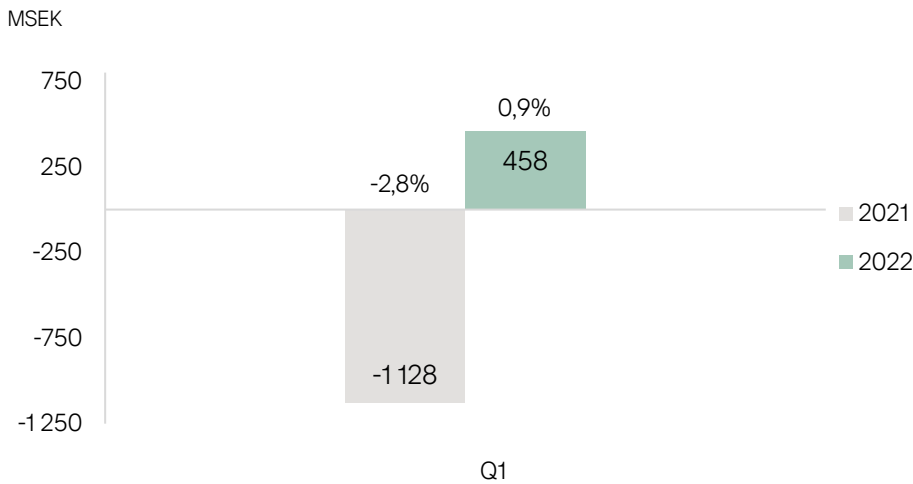
Fortsatt god kostnadskontroll. Försäljnings- och administrationskostnaderna ökade med 13 procent i lokala valutor. Omräknat till SEK uppgick kostnaderna till MSEK 23 802 (20 185), en ökning med 18 procent.

Den pågående butiksoptimeringen med ett stort antal omförhandlingar av hyreskontrakt fortsätter att ge bra resultat med förbättrade villkor och lägre driftkostnader per butik.

Kvartalet har påverkats av ökade tillväxtrelaterade kostnader främst inom tech.

Statliga stöd kopplat till pandemin har minskat försäljnings- och administrationskostnaderna i första kvartalet med totalt cirka MSEK 80 (700). I takt med att läget på många marknader gradvis förbättrats har statliga stöd minskat.

Rörelseresultat och rörelsemarginal



MONKL

Rörelseresultatet i första kvartalet ökade till MSEK 458 (-1 128) vilket motsvarar en rörelsemarginal om 0,9 (-2,8) procent. Rullande tolv månader var rörelsemarginalen 8,1 (-0,4) procent.

Väl mottagna kollektioner ledde till ökad andel fullpridförsäljning och lägre nedsättningskostnader. Samtidigt påverkades kvartalets försäljning och resultat av pandemieffekter på många av H&M-gruppens stora marknader samt av ökade tillväxtrelaterade satsningar inom främst tech och varuförsörjningskedjan.

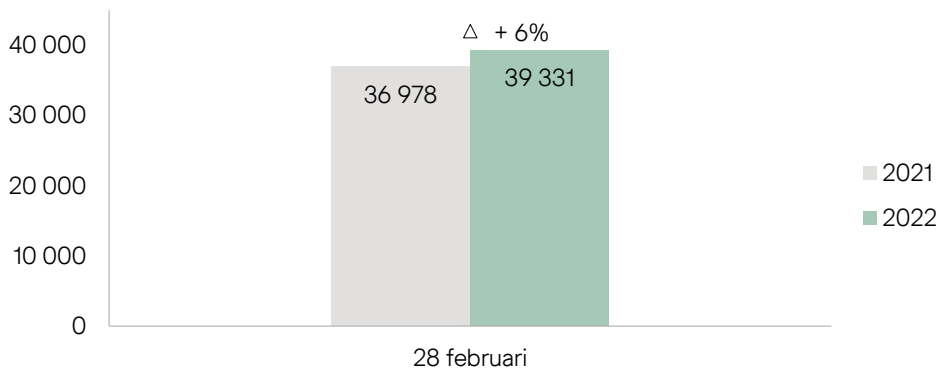
Resultaträkning med och utan effekter av IFRS 16

MSEK	Q1 2022	Q1 2021
Nettoomsättning	49 166	40 060
Bruttoresultat	24 260	19 057
Bruttoresultat exkl. IFRS 16	24 241	19 038
Rörelseresultat	458	-1 128
<i>Rörelsemarginal, %</i>	<i>0,9</i>	<i>-2,8</i>
Rörelseresultat exkl. IFRS 16	208	-1 426
<i>Rörelsemarginal, %, exkl. IFRS 16</i>	<i>0,4</i>	<i>-3,6</i>
Finansnetto	-176	-261
Finansnetto, exkl. IFRS 16	17	-55
Resultat efter finansiella poster	282	-1 389
Resultat efter fin. poster, exkl. IFRS 16	225	-1 481
Periodens resultat	217	-1 070
Periodens resultat, exkl. IFRS 16	173	-1 140
Avskrivningar	5 393	5 712
Avskrivningar, exkl. IFRS 16	2 475	2 573

För definitioner av alternativa nyckeltal, se sista sidan i rapporten.

Varulager

MSEK



#MHOME

Det redovisade värdet av varulagret uppgick till MSEK 39 331 (36 978), en ökning med 6 procent jämfört med motsvarande tidpunkt föregående år. Valutajusterat var ökningen 2 procent. Sammansättningen bedöms som god. Cirka 15 procent av det redovisade värdet förklaras av att ordrar har tidigare lagts för att motverka förseningar och andra störningar i varuflödet samt av ökade inköpskostnader och fraktpriser.

Varulagret i SEK utgjorde 18,9 procent (21,5) av omsättningen rullande 12 månader.

Den pågående effektiviseringen av varuförsörjningskedjan och integreringen av försäljningskanalerna fortsätter. Över tid finns det goda förutsättningar för fortsatt lägre varulagernivåer i relation till försäljningen.

Expansion med integrerade kanaler

H&M-gruppens expansion sker med fokus på ökad omnikanalförsäljning. Under 2022 lanseras H&M på sex nya marknader: Kambodja har framgångsrikt öppnat i mars via franchise. Ytterligare nya H&M-marknader under 2022 blir Ecuador, Kosovo och Nordmakedonien samt via franchise i Costa Rica och Guatemala. Under 2023 planerar H&M att öppna sin första butik i Albanien.

I början av innevarande år lanserades H&M online i Colombia och Peru. Senare under året lanseras COS online i Australien och via Zalora i Filippinerna. Vidare kommer Monki att lanseras på AboutYou, samt på Zalora i Singapore och Malaysia under 2022. Under året öppnar Arket sin första butik i Frankrike och & Other Stories i Singapore.

H&M-gruppen fortsätter att omförhandla ett stort antal hyreskontrakt som en del i bolagets intensifierade butiksoptimering vilket även innefattar ombyggnader, anpassning av butiksantal och ytor för att säkerställa rätt butiksportfölj på respektive marknad. H&M-gruppen har enligt avtal möjlighet att omförhandla eller avsluta cirka en tredjedel av hyreskontrakten årligen. För 2022 planeras cirka 95 nya butiker att öppnas och cirka 240 att stängas, vilket ger en nettominskning om cirka 145 butiker. Merparten av öppningarna sker på tillväxtmarknader medan stängningarna främst sker på etablerade marknader.

Expansion 2022

Varumärke	Nya marknader
H&M	Butik: Ecuador, Kosovo, Nordmakedonien, Costa Rica (franchise), Guatemala (franchise), Kambodja (franchise)** Online: Colombia**, Peru*
COS	Online: Australien**, Saudiarabien (franchise)*
Monki	-
Weekday	-
& Other Stories	Butik: Singapore
ARKET	Butik: Frankrike, Ryssland*
Afound	Online: Danmark*
H&M HOME	Online: Indien**

* Öppnat fram till 28 februari 2022

** Öppnat under mars 2022



WEEKDAY

Butiksantal och marknader per varumärke

Per den 28 februari 2022 ingick 4 721 (4 949) butiker i H&M-gruppen, dvs det totala antalet butiker har minskat med 228 jämfört med den 28 februari 2021. Under det innevarande räkenskapsåret har 15 (15) nya butiker öppnats och 95 (84) butiker har stängts. Totalt 274 (269) av koncernens butiker drivs av franchise-partners.

Varumärke	Nya butiker (netto)	Totalt antal butiker		Antal marknader	
		28 feb - 2022	28 feb - 2021	Butik	Online
	Q1 - 2022	28 feb - 2022		28 feb - 2022	
H&M	-75	4 167	4 372	75	55
COS	-4	271	280	47	37
Monki	-2	96	119	19	30
Weekday	0	57	57	16	30
& Other Stories	-1	77	74	24	33
ARKET	1	25	22	10	32
Afound	0	0	5	0	5
H&M HOME*	1	28	20	53	42
Totalt	-80	4 721	4 949		

* Konceptbutiker. H&M HOME ingår även med shop-in-shop i 398 H&M-butiker.

COS, Monki, Weekday, & Other Stories och ARKET erbjuder Global selling som gör det möjligt för kunder på ytterligare ett 70-tal marknader att handla online. Det exakta antalet marknader per varumärke varierar för denna tjänst.

Finansiering och likviditet

H&M-gruppen strävar efter att säkerställa finansiell flexibilitet och handlingsfrihet till bästa möjliga villkor. Arbetet är liksom tidigare inriktat på fortsatta förbättringar av rörelsekapital, kassaflöde samt effektivare finansiering.

Kassaflöde och rörelsekapital

Kassaflödet från den löpande verksamheten under tremånadersperioden uppgick till MSEK 3 624 (5 936). Exklusive IFRS 16 uppgick kassaflödet från den löpande verksamheten till MSEK 737 (2 788).

Likviditet och skuldfinansiering

H&M-gruppens likviditet är fortsatt mycket god. Likvida medel ökade till MSEK 27 403 (17 304). Därutöver har koncernen outnyttjade kreditfaciliteter om MSEK 15 445 (25 128). Total likviditetsbuffert, dvs summan av likvida medel och outnyttjade kreditfaciliteter, uppgick till MSEK 42 848 (42 432).

Räntebärande skulder i form av företagscertifikat, obligationer och lån från kreditinstitut minskade till MSEK 9 957 (15 105). Den genomsnittliga löptiden på räntebärande skulder uppgick till 5,3 (4,9) år.

Den finansiella nettokassan ökade till MSEK 17 446 (2 199). Nettoskulden inklusive avsättningar för pensioner exklusive IFRS 16 minskade till MSEK -17 098 (-1 577). Nettoskuld i förhållande till EBITDA uppgick till -0,7 (-0,2) exklusive IFRS 16.

Löptiderna på utestående räntebärande skulder och outnyttjade kreditfaciliteter fördelas och förfaller enligt nedan tabell.

År	Företags- certifikat	Obligationer (EMTN)	Lån från kreditinstitut	Outnyttjade kreditfaciliteter
2022	500	-	12	-
2023	-	-	2 127	8 000
2024	-	-	-	7 445
2025	-	-	-	-
2026	-	-	2 000	-
2027	-	-	-	-
2028	-	-	-	-
2029	-	5 318	-	-
Totalt MSEK	500	5 318	4 139	15 445

I mars 2022 tecknades en revolverande kreditfacilitet om MEUR 1 000. Kreditfaciliteten ersätter två tidigare outnyttjade faciliteter om sammanlagt MSEK 8 000 som förfaller under 2023. Se mer information under Innevarande kvartal på sidan 10.

Skatt

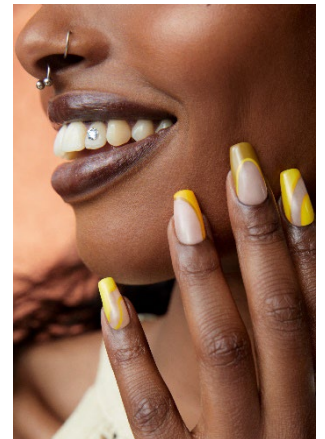
Skattesatsen för koncernen för räkenskapsåret 2022 beräknas bli omkring 23,0 procent. Under årets första kvartal har en skattesats om 23,0 procent använts för att beräkna skattekostnaden på periodens resultat. Skattesatsens utfall för året beror bland annat på resultaten i koncernens olika bolag och bolagsskattesatserna i respektive land.

Innevarande kvartal

Nettoomsättningen 1 – 28 mars 2022 ökade med 6 procent i lokala valutor jämfört med motsvarande period föregående år. Exklusive Ryssland, Belarus och Ukraina var ökningen 11 procent.

H&M-gruppen har pausat all försäljning i Ukraina, Ryssland och Belarus. För mer information om omfattningen av H&M-gruppens verksamhet i dessa länder, se års- och hållbarhetsredovisningen för 2021, sidan 104 (not 30). Det råder en fortsatt osäkerhet kring utvecklingen och bolaget följer och utvärderar situationen löpande.

Antal tillfälligt stängda butiker per den 30 mars var 227. Utöver de 185 butikerna som är stängda i Ryssland, Belarus och Ukraina är även 42 butiker tillfälligt stängda pga pandemin.



H&M

I mars 2022 tecknades en revolverande kreditfacilitet om MEUR 1 000. I likhet med den obligation som ställdes ut i februari 2021 är denna facilitet hållbarhetslänkad och har därmed en tydlig koppling till H&M-gruppens hållbarhetsarbete. Kreditfaciliteten ersätter två tidigare outnyttjade faciliteter om sammanlagt MSEK 8 000 som förfaller under 2023. Dessa stängs i samband med tecknandet av den nya faciliteten. Den nya kreditfaciliteten har en löptid om fem år med två förlängningsoptioner om ett år vardera. En stark och diversifierad bankgrupp om femton banker deltar i faciliteten.

I mars öppnades den första H&M-butiken framgångsrikt i Phnom Penh, Kambodja via franchise.

Redovisningsprinciper

Koncernen tillämpar International Financial Reporting Standards (IFRS) samt tolkningsuttalanden från IFRS Interpretations Committee som antagits av EU. Denna rapport är upprättad enligt IAS 34 Delårsrapportering, RFR 1 Kompletterande redovisningsregler för koncerner och årsredovisningslagen.

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 IFRS 9 vid värdering av finansiella instrument och aktiverar inte heller utvecklingsutgifter. Vidare tillämpas inte IFRS 16 i moderbolaget.

Redovisningsprinciper och beräkningsmetoder som tillämpas i denna rapport är oförändrade från dem som tillämpades vid upprättandet av års- och koncernredovisningen för år 2021. Inga nya eller reviderade IFRS standarder eller tolkningsuttalanden som tillämpas från den 1 december 2021 har haft någon nämnvärd effekt på koncernens finansiella rapporter.

För en utförligare beskrivning av de redovisningsprinciper som tillämpats för koncernen och moderbolaget i denna delårsrapport, se års- och hållbarhetsredovisningen för räkenskapsåret 2021, sidan 85-86.

Statliga stöd kopplat till covid-19-situationen

IAS 20 Redovisning av statliga bidrag och upplysningar om statliga stöd – på grund av den extraordinära situation som pandemin medfört har H&M-gruppen mottagit statliga stöd på vissa marknader främst relaterat till hyror och bemanning. I Sverige har inget statligt stöd erhållits för perioden efter den 31 mars 2021.

H&M-gruppen har valt att redovisa dessa bidrag som en kostnadsreduktion av de poster som bidragen avser. Bidragen redovisas i resultat- och balansräkning när det är rimligt säkert att bidragen kommer att erhållas.

Finansiella instrument

H&M-gruppens finansiella instrument består huvudsakligen av kundfordringar, övriga fordringar, likvida medel, leverantörsskulder, räntebärande värdepapper och skulder samt valutaderivat.

Valutaderivat värderas till verkligt värde baserat på indata motsvarande nivå 2 enligt IFRS 13. Per den 28 februari 2022 uppgår terminskontrakt med positiva marknadsvärden till MSEK 2 270 (598) vilket redovisas inom posten övriga kortfristiga fordringar. Terminskontrakt med negativa marknadsvärden uppgår till MSEK 508 (432) vilket redovisas inom övriga kortfristiga skulder. Aktier värderas till verkligt värde antingen via resultaträkningen eller övrigt totalresultat. För innehav i aktier som bedöms som strategiska har H&M-gruppen valt att redovisa värdeförändringarna i övrigt totalresultat.

Övriga finansiella tillgångar och skulder värderas till upplupet anskaffningsvärde. Skulder till kreditinstitut löper med räntor som i allt väsentligt bedöms motsvara aktuella marknadsräntor, därför bedöms verkliga värdena på dessa samt övriga finansiella instrument approximativt motsvara bokförda värden.



ARKET

Risker och osäkerhetsfaktorer

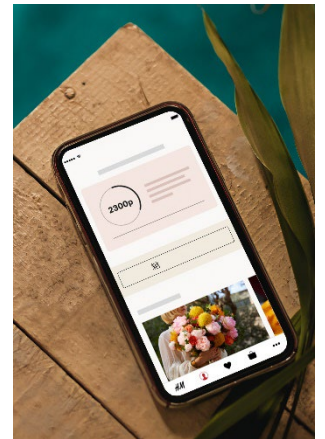
Risker kan vara beroende av händelser i omvärlden och påverka en viss bransch eller marknad men de kan också vara kopplade till den egna verksamheten. H&M-gruppen arbetar löpande med riskanalys för både de operationella och finansiella riskerna. De operationella riskerna är i huvudsak kopplade till verksamheten och de omvärldsrisker som berör koncernen. Affärsbeslut styr om, och i så fall i vilken omfattning, åtgärder ska genomföras för att minska sannolikheten att respektive risk inträffar. Affärsbeslut styr även i vilken grad konsekvenserna av en inträffad risk kan lindras.

Externa risker och osäkerhetsfaktorer som rör H&M-gruppen finns relaterade till skiftet i branschen, modet, konkurrenter, informationssäkerhet och cybersäkerhet, hållbarhetsfrågor, väder, makroekonomi och geopolitiska händelser, pandemier, valutor, skatter, tull och olika regleringar och förordningar men kan även uppkomma vid etablering på nya marknader, lansering av nya koncept och hantering av varumärken. Mer detaljerad information om de finansiella riskerna ges i H&M-gruppens års- och hållbarhetsredovisning.

Initiativ för en förbättrad kundupplevelse

Kundbeteendet förändras snabbt, och H&M-gruppen arbetar ständigt med förbättringar för att erbjuda kunderna bästa möjliga upplevelse. Här följer några exempel på pågående satsningar:

- **I H&M:s kundlojalitetsprogram** belönas medlemmarna inte bara för köp, utan även för sitt engagemang, till exempel genom att lämna in gamla kläder till H&M:s klädinsamling, välja klimatsmarta leveransalternativ, ta med sin egen påse och välja produkter i mer hållbara material. Kundlojalitetsprogrammet fortsätter att rullas ut till fler marknader.
- **Fler betalningslösningar.** H&M-medlemmar kan välja mellan att betala direkt eller senare via H&M-appen, oavsett om de handlar i butik eller online.
- **Digitala kvitton.** Kunder kan få digitala kvitton i H&M-appen på de flesta marknader.
- **Visual Search.** Bildigenkänning hjälper kunden genom att ge rekommendationer och köpmöjligheter utifrån bilder som kunden tagit eller inspirerats av.
- **Next-day delivery och expressleverans** fortsätter att rullas ut till fler marknader.
- **Klimatsmarta leveransalternativ.** I Nederländerna, Sverige, Italien och Frankrike kan H&M-kunder välja att få leveranser och skicka returer med cykelbud, vilket har blivit mycket uppskattat. I kombination med biogasdrivna lastbilar från logistikcentret till cykelbudet minimeras CO2-utsläppen. I Sverige, Norge och delar av Tyskland sker även leverans till klimatsmarta skåp. Även på andra marknader erbjuds olika former av klimatsmarta leveranser.
- **Find-in-store.** Kunder som ser en vara online kan enkelt och snabbt via mobilen hitta önskad storlek i fysisk butik samt online.
- **Scan & buy.** Kunder kan skanna QR-koden på en vara i butik för att hitta och köpa den i önskad storlek och färg online.
- **In-store-mode** gör det möjligt för kunden att i mobilen se vilka varor som finns just i den butiken kunden befinner sig i, samt online.
- **Click & collect** gör det möjligt för kunden att hämta ut onlineköp i butik.
- **Onlineretur i butik** är en tjänst som fortsätter att rullas ut.
- **#HMxME** ger kunderna möjlighet att dela med sig av sina egna modeberättelser från Instagram samtidigt som plaggen enkelt går att köpa.
- **Rate & Review** gör det möjligt för kunder att betygsätta och recensera H&M-produkter.
- **RFID (Radio Frequency Identification)** gör det möjligt att snabbt lokalisera varor med en digital prislapp och få exakt information om tillgängligheten.
- **Självetjäningskassor** har blivit mycket uppskattat av kunderna och rullas ut till fler marknader.
- **Instagram.** I USA kan H&M-kunder handla direkt via inspirationsbilder och videos på Instagram samt få notiser via Instagram när H&M släpper nya kollektioner.
- **H&M HOME X Augmented Reality.** H&M söker ständigt efter nya sätt att skapa engagemang hos kunderna och minska sitt koldioxidavtryck. Ett exempel är hur kunderna med AR-teknik (augmented reality) kan använda mobilkameran för att virtuellt "placera" valda H&M HOME-produkter i sin egen hemmiljö och se hur helheten blir innan köp.
- **Hyra i butik.** Erbjuder kunder möjligheten att hyra kläder för särskilda tillfällen. Kunder kan boka ett tillfälle i butik för att se tillgängliga plagg. Tillgängligt i utvalda H&M-butiker i Nederländerna, Sverige och Tyskland.
- **Styleboard.** Medlemmar kan skapa sin egen moodboard i H&M-appen och handla direkt från den. Det är även möjligt att lägga till produkter från andra varumärken utanför H&M-världen. För närvarande tillgängligt i Sverige, kommer att lanseras i Tyskland under året.
- **Personaliserad startsida.** En personligt anpassad startsida har introducerats till kunder i Sverige och Tyskland för att erbjuda skraddarsydd inspiration och rådgivning baserat på individuella preferenser.
- **Stylestory** är ett kreativt verktyg där kunder kan uttrycka och dela sina favoritstilar, samtidigt som de engagerar andra kunder som i sin tur kan upptäcka och direkt handla de stilar de inspireras av. Verktöget lanseras nu i Sverige.



Varuflöde

H&M-gruppen fortsätter att fullt ut integrera kanalerna i en omnimodell. En viktig del är gruppens logistiksystem och satsningar inom tech och AI. Flera initiativ avseende nya högautomatiserade logistikcentra med fokus på innovation pågår globalt. Detta kommer att skapa ytterligare kapacitet, flexibilitet och snabbhet mellan försäljningskanaler samt en högre varutillgänglighet.

Ett nytt högautomatiserat logistikcenter är under uppförande i Ajax, Kanada. Detta kommer att komplettera de logistikcenter som öppnade på öst- och västkusten i USA och skapa ytterligare kapacitet för H&M-gruppens fortsatta expansion i Nordamerika. Det nya logistikcentret planeras att vara färdigställt vid årsskiftet 2022/2023.

Hållbarhet

Hållbarhet har varit en integrerad del av H&M-gruppens verksamhet i många år. Som ytterligare ett led i detta integrerar bolaget sin års- och hållbarhetsredovisning för 2021. Mer detaljerad information om koncernens hållbarhetsarbete finns i den digitala hållbarhetsrapporten för 2021 (Sustainability Disclosure) på [hmgroup.com](https://www.hmgroup.com). Här följer några hållbarhetsrelaterade höjdpunkter från 2021:

Stärkta klimatmål. H&M-gruppen har stärkt sina klimatmål och åtagit sig att uppnå net-zero till 2040 samt att minska utsläppen i absoluta tal inom scope 1, 2 och 3* med 56 procent senast 2030, jämfört med 2019. H&M-gruppen har ett långsiktigt mål att fasa ut kol från varuförsörjningskedjan. Sedan den 1 januari 2022 tecknar H&M-gruppen inte avtal med nya leverantörer eller leverantörsfabriker som använder kolbaserade lösningar för att driva sina anläggningar.

100 procent förnybar el i den egna verksamheten senast 2030. H&M-gruppen är nära att uppnå sitt mål om 100 procent förnybar el i butiker, kontor, datacentraler och distributionscentraler. Bolaget ökade andelen återvunnen el från 90 till 95 procent i den egna verksamheten under 2021.

100 procent återvunna eller andra mer hållbara framtagna material senast 2030. Idag kommer 80 procent av H&M-gruppens material från återvunna eller andra mer hållbara källor, och bolaget är på god väg att nå målet om 100 procent till 2030.

30 procent återvunna material senast 2025. Från 2020 till 2021 tredubblade H&M-gruppen andelen återvunna material i sina plagg, från 5,8 till 17,9 procent, och har målet att uppnå 30 procent senast 2025.

0 procent ny polyester senast 2025. H&M-gruppens mål är att all polyester som köps in ska vara återvunnen senast 2025.

100 procent av produkterna designade för cirkularitet till 2025. Designverktyget Circulator gör det möjligt för H&M-gruppens team att skapa produkter som passar för en cirkulär ekonomi, och att inspirera andra företag att göra detsamma. För att skapa sådana produkter behöver man tänka cirkulärt genom hela designprocessen – från skissbordet till att produkten, efter att den lagats, återanvänts och redesignats i flera omgångar, till slut återvinns i ett cirkulärt ekosystem.

25 procent minskning av förpackningsmaterial till 2025, jämfört med 2018. Under 2021 minskade H&M-gruppen sin användning av plastförpackningar med 27,8 procent, med det långsiktiga målet att till 2025 ha minskat den totala användningen av förpackningar i värdekedjan med 25 procent. Ett nytt förpackningssystem för online-handeln introduceras nu i flera länder där en övergång sker från plast till FSC-certifierat papper.

100 procent återvunna eller andra hållbara framställda förpackningar senast 2030. Detta är också en del av H&M-gruppens cirkulära designvision som tar ett helhetsgrepp på förpackningar i alla delar av värdekedjan. Under 2021 var 68 procent av gruppens förpackningar gjorda av återvunna eller andra hållbara framtagna material.

25 procent minskad vattenanvändning i produktion (vattenintensiva leverantörer i första och andra ledet) från basåret 2017 fram till 2022. H&M-gruppen har i mer än tio år arbetat med att minska den negativa vattenpåverkan i sin värdekedja genom förbättringar i leverantörskedjan och genom att stödja andra företag att göra detsamma. Under 2021 fortsatte H&M-gruppen sitt samarbete med WWF för att utveckla en ny strategi för 2030.

* Se års- och hållbarhetsredovisningen 2021 på [hmgroup.com](https://www.hmgroup.com).

Läs mer om många av initiativen ovan och gruppens hållbarhetsarbete på [hmgroup.com](https://www.hmgroup.com).



#MHOME

Kalendarium

4 maj 2022	Årsstämma, digital med poströstning
15 juni 2022	Andra kvartalets försäljningsutveckling, 1 mars 2022 – 31 maj 2022
29 juni 2022	Sexmånadersrapport, 1 dec 2021 – 31 maj 2022
15 september 2022	Tredje kvartalets försäljningsutveckling, 1 jun 2022 – 31 aug 2022
29 september 2022	Niomånadersrapport, 1 dec 2021 – 31 aug 2022
15 december 2022	Fjärde kvartalets försäljningsutveckling, 1 sep 2022 – 30 nov 2022
27 januari 2023	Bokslutskommuniké, 1 dec 2021 – 30 nov 2022

Stockholm den 30 mars 2022
Styrelsen



H&M

Kommunikation i samband med tremånadersrapporten

Tremånadersrapporten, 1 december 2021 – 28 februari 2022, publiceras kl. 08.00 CEST den 31 mars 2022, följt av en telefonkonferens kl. 09.00 CEST för finansmarknad och media där vd Helena Helmersson, finanschef Adam Karlsson och IR-chef Nils Vinge medverkar. Telefonkonferensen hålls på engelska.

För inloggningsuppgifter till telefonkonferensen vänligen registrera er på [hmgroupp.com](http://emea.directeventreg.com/registration/3588167) eller via länken: <http://emea.directeventreg.com/registration/3588167>.

För bokning av intervjuer i samband med tremånadersrapporten den 31 mars 2022, vänligen kontakta Kristina Stenvinkel, telefon 070-796 54 40, stenvinkel@hm.com eller Iñigo Sáenz Maestre, presschef, telefon 072-980 53 52, inigo.saenz@hm.com.

Kontakt

Nils Vinge, IR-chef	08-796 52 50
Helena Helmersson, vd	08-796 55 00 (växel)
Adam Karlsson, finanschef	08-796 55 00 (växel)

H & M Hennes & Mauritz AB (publ)
106 38 Stockholm
Tel: 08-796 55 00, e-mail: info@hm.com
Styrelsens säte: Stockholm, org.nr. 556042-7220

För mer information om H&M-gruppen se hmgroupp.com.

Informationen i denna delårsrapport är sådan som H & M Hennes & Mauritz AB (publ) ska offentliggöra enligt EU:s marknadsmissbruksförordning (EU) nr 596/2014. Informationen lämnades, genom ovanstående personers försorg för offentliggörande den 31 mars 2022 kl. 08.00 (CEST). Denna delårsrapport, liksom ytterligare information om H&M-gruppen finns tillgänglig på hmgroupp.com.

H & M Hennes & Mauritz AB (publ) grundades i Sverige 1947 och är noterat på Nasdaq Stockholm. H&M:s affärsidé är att erbjuda mode och kvalitet till bästa pris på ett hållbart sätt. I koncernen ingår förutom H&M, varumärkena COS, Monki, Weekday, & Other Stories, H&M HOME, ARKET samt Afound. Ytterligare information finns på hmgroupp.com.

KONCERNENS RESULTATRÄKNING I SAMMANDRAG (MSEK)

	Q1 2022	Q1 2021	2020-12-01- 2021-11-30
Nettoomsättning	49 166	40 060	198 967
Kostnad sålda varor	-24 906	-21 003	-93 961
BRUTTORESULTAT	24 260	19 057	105 006
<i>Bruttomarginal, %</i>	49,3	47,6	52,8
Försäljningskostnader	-21 061	-18 041	-80 535
Administrationskostnader	-2 741	-2 144	-9 216
RÖRELSERESULTAT	458	-1 128	15 255
<i>Rörelsemarginal, %</i>	0,9	-2,8	7,7
Finansnetto	-176	-261	-955
RESULTAT EFTER FINANSIELLA POSTER	282	-1 389	14 300
Skatt	-65	319	-3 290
PERIODENS RESULTAT	217	-1 070	11 010

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

Resultat per aktie, SEK*	0,13	-0,65	6,65
Antal aktier, tusental*	1 655 072	1 655 072	1 655 072
Avskrivningar, totalt	5 393	5 712	22 320
därav kostnad sålda varor	383	440	1 617
därav försäljningskostnader	4 806	5 061	19 831
därav administrationskostnader	204	211	872

* Före och efter utspädning.

KONCERNENS RAPPORT ÖVER TOTALRESULTAT I SAMMANDRAG (MSEK)

	Q1 2022	Q1 2021	2020-12-01- 2021-11-30
PERIODENS RESULTAT	217	-1 070	11 010
Övrigt totalresultat			
<i>Poster som har omförts eller kan omföras till periodens resultat</i>			
Omräkningsdifferenser	1 033	-82	1 430
Förändring i såringsreserv	-282	-105	-101
Skatt hänförlig till förändring i såringsreserver	58	24	26
<i>Poster som inte kommer att omföras till periodens resultat</i>			
Omvärderingar avseende förmånsbestämda pensionsplaner	84	-	187
Skatt hänförlig till ovanstående omvärdering	-19	-	-43
Omvärderingar av finansiella tillgångar	-394	-	3 644
ÖVRIGT TOTALRESULTAT	480	-163	5 143
TOTALRESULTAT FÖR PERIODEN	697	-1 233	16 153

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

KONCERNENS BALANSRÄKNING I SAMMANDRAG (MSEK)

TILLGÅNGAR	2022-02-28	2021-02-28	2021-11-30
Anläggningstillgångar			
Immateriella anläggningstillgångar	9 416	10 213	9 556
Materiella anläggningstillgångar	25 774	29 735	26 576
Nyttjanderättstillgångar	55 244	56 420	53 086
Finansiella anläggningstillgångar	4 950	979	5 091
Övriga anläggningstillgångar	6 741	6 499	6 486
	102 125	103 846	100 795
Omsättningstillgångar			
Varulager	39 331	36 978	37 306
Kortfristiga fordringar	16 404	11 948	14 209
Likvida medel	27 403	17 304	27 471
	83 138	66 230	78 986
SUMMA TILLGÅNGAR	185 263	170 076	179 781
EGET KAPITAL OCH SKULDER			
Eget kapital	60 715	53 390	60 018
Långfristiga skulder*	13 525	17 974	13 207
Långfristiga leasingkulder*	47 274	47 956	45 379
Kortfristiga skulder**	51 909	37 961	49 479
Kortfristiga leasingkulder**	11 840	12 795	11 698
SUMMA EGET KAPITAL OCH SKULDER	185 263	170 076	179 781

* Räntebärande långfristiga skulder inklusive leasing uppgår till MSEK 57 067 (62 053), exklusive IFRS 16 MSEK 9 793 (14 097) varav avsättningar för pensioner MSEK 347 (622).

** Räntebärande kortfristiga skulder inklusive leasing uppgår till MSEK 12 351 (14 425), exklusive IFRS 16 MSEK 511 (1 630).

FÖRÄNDRING I KONCERNENS EGET KAPITAL I SAMMANDRAG (MSEK)

	2022-02-28	2021-02-28	2021-11-30
Eget kapital vid periodens början	60 018	54 623	54 623
Totalresultat för perioden	697	-1 233	16 153
Utdelning	-	-	-10 758
Eget kapital vid periodens slut	60 715	53 390	60 018

KONCERNENS KASSAFLÖDESANALYS I SAMMANDRAG (MSEK)

	Q1 - 2022	Q1 - 2021
Den löpande verksamheten		
Resultat efter finansiella poster*	282	-1 389
<i>Justering för poster som inte ingår i kassaflödet</i>		
- Avsättning till pensioner	-5	11
- Avskrivningar	5 393	5 712
Betald skatt	-1 108	-744
Kassaflöde från den löpande verksamheten före förändring av rörelsekapitalet	4 562	3 590
Förändring av rörelsekapitalet		
Rörelsefordringar	-586	-1 190
Varulager	-1 574	1 213
Rörelseskulder	1 222	2 323
KASSAFLÖDE FRÅN DEN LÖPANDE VERKSAMHETEN	3 624	5 936
Investeringsverksamheten		
Investeringar i immateriella anläggningstillgångar	-280	-221
Investeringar i materiella anläggningstillgångar	-576	-492
Övriga investeringar	-226	-105
KASSAFLÖDE FRÅN INVESTERINGSVERKSAMHETEN	-1 082	-818
Finansieringsverksamheten		
Förändring av räntebärande skulder	71	-1 227
Amortering leasing	-2 887	-3 148
KASSAFLÖDE FRÅN FINANSIERINGSVERKSAMHETEN	-2 816	-4 375
PERIODENS KASSAFLÖDE	-274	743
Likvida medel vid räkenskapsårets början	27 471	16 540
Periodens kassaflöde	-274	743
Valutakurseffekt	206	21
Likvida medel vid periodens slut**	27 403	17 304

* Betalda räntor uppgår för koncernen till MSEK 61 (93). Räntekostnader avseende leasing uppgår för koncernen till MSEK 193 (206). Erhållna räntor uppgår för koncernen till MSEK 78 (38).

** Likvida medel och kortfristiga placeringar uppgick vid periodens slut till MSEK 27 403 (17 304).

FEM ÅR I SAMMANDRAG

Q1, 1 december - 28 februari

	2018*	2019*	2020	2021	2022
Nettoomsättning, MSEK	46 181	51 015	54 948	40 060	49 166
Ändring nettoomsättning från föregående år i SEK, %	-2	10	8	-27	23
Ändring nettoomsättning från föregående år i lokala valutor, %	0	4	5	-21	18
Rörelseresultat, MSEK	1 208	1 005	2 690	-1 128	458
Rörelsemarginal, %	2,6	2,0	4,9	-2,8	0,9
Periodens avskrivningar, MSEK	2 279	2 677	6 397	5 712	5 393
Resultat efter finansiella poster, MSEK	1 263	1 043	2 504	-1 389	282
Resultat efter skatt, MSEK	1 372	803	1 928	-1 070	217
Likvida medel och kortfristiga placeringar, MSEK	10 003	11 851	11 972	17 304	27 403
Varulager, MSEK	34 959	39 968	37 201	36 978	39 331
Eget kapital, MSEK	61 720	60 042	59 237	53 390	60 715
Antal aktier, tusental**	1 655 072	1 655 072	1 655 072	1 655 072	1 655 072
Resultat per aktie, SEK**	0:83	0:49	1:16	-0:65	0:13
Eget kapital per aktie, SEK**	37:29	36:28	35:79	32:26	36:68
Kassaflöde från den löpande verksamheten per aktie, SEK**	0:79	1:11	4:13	3:59	2:19
Andel riskbärande kapital, %	61,5	53,1	34,1	33,7	35,2
Soliditet, %	57,0	49,4	31,7	31,4	33,2
Totalt antal butiker	4 743	4 958	5 053	4 949	4 721
Rullande 12 månader					
Resultat per aktie, SEK**	9:12	7:30	8:80	-1:06	7:43
Avkastning på eget kapital, %	24,1	19,8	24,4	-3,1	21,6
Avkastning på sysselsatt kapital, %	27,2	20,3	17,1	-0,4	13,1

* Exklusive IFRS 16.

** Före och efter utspädning.

För definitioner och förklaringar avseende rapportens alternativa nyckeltal, se sida 111-113 i års- och hållbarhetsredovisningen för 2021.

SEGMENTSREDOVISNING (MSEK)

	Q1 - 2022	Q1 - 2021
Asien och Oceanien		
Extern nettoomsättning	7 034	7 264
Rörelseresultat	66	340
Rörelsemarginal, %	0,9	4,7
Europa och Afrika*		
Extern nettoomsättning	31 204	24 776
Rörelseresultat	-787	-2 249
Rörelsemarginal, %	-2,5	-9,1
Nord- och Sydamerika		
Extern nettoomsättning	10 928	8 020
Rörelseresultat	140	-294
Rörelsemarginal, %	1,3	-3,7
Koncerngemensamt		
Nettoomsättning till andra segment	14 405	8 754
Rörelseresultat	1 039	1 075
Elimineringar		
Nettoomsättning till andra segment	-14 405	-8 754
Totalt		
Extern nettoomsättning	49 166	40 060
Rörelseresultat	458	-1 128
<i>Rörelsemarginal, %</i>	0,9	-2,8
Finansnetto	-176	-261
Resultat efter finansiella poster	282	-1 389

*Sydafrika

MODERBOLAGETS RESULTATRÄKNING I SAMMANDRAG (MSEK)

	Q1 2022	Q1 2021	2020-12-01- 2021-11-30
Nettoomsättning	906	796	3 981
BRUTTORESULTAT	906	796	3 981
Administrationskostnader	-39	-23	-46
RÖRELSERESULTAT	867	773	3 935
Finansnetto*	-11	-49	8 172
RESULTAT EFTER FINANSIELLA POSTER	856	724	12 107
Bokslutsdispositioner	-	-	-4
Skatt	-176	-155	-825
PERIODENS RESULTAT	680	569	11 278

* Intäkter från andelar i koncernföretag ingår för kvartalet med MSEK 0 (0).

MODERBOLAGETS RAPPORT ÖVER TOTALRESULTAT (MSEK)

	Q1 2022	Q1 2021	2020-12-01- 2021-11-30
PERIODENS RESULTAT	680	569	11 278
Övrigt totalresultat			
<i>Poster som inte har omförts eller inte kommer att omföras till periodens resultat</i>			
Omvärderingar avseende förmånsbestämda pensionsplaner	6	-	7
Skatt hänförlig till ovanstående omvärdering	-1	-	-1
ÖVRIGT TOTALRESULTAT	5	-	6
TOTALRESULTAT FÖR PERIODEN	685	569	11 284

MODERBOLAGETS BALANSRÄKNING I SAMMANDRAG (MSEK)

	2022-02-28	2021-02-28	2021-11-30
TILLGÅNGAR			
Anläggningstillgångar			
Materiella anläggningstillgångar	168	184	173
Övriga anläggningstillgångar	1 448	1 091	1 099
	1 616	1 275	1 272
Omsättningstillgångar			
Kortfristiga fordringar	30 270	42 540	29 713
Likvida medel	0	0	-
	30 270	42 540	29 713
SUMMA TILLGÅNGAR	31 886	43 815	30 985
EGET KAPITAL OCH SKULDER			
Eget kapital	21 084	20 442	20 399
Obeskattade reserver	32	38	32
Långfristiga skulder*	9 371	13 802	9 377
Kortfristiga skulder**	1 399	9 533	1 177
SUMMA EGET KAPITAL OCH SKULDER	31 886	43 815	30 985

* Samtliga långfristiga skulder är räntebärande.

** Räntebärande kortfristiga skulder uppgår till MSEK 500 (1 300).

ALTERNATIVA NYCKELTAL

För definitioner av övriga alternativa nyckeltal se sida 111-113 i års- och hållbarhetsredovisningen för 2021.

Bruttoresultat exkl IFRS 16

	Q1 - 2022	Q1 - 2021
Bruttoresultat	24 260	19 057
IFRS 16-effekt	-19	-19
Bruttoresultat exkl IFRS 16	24 241	19 038

Definition: Bruttoresultat justerat för effekten av IFRS 16.

Orsak till användning: Skapar jämförbarhet i analyser där år innan IFRS 16 användes ingår.

Rörelseresultat exkl IFRS 16

	Q1 - 2022	Q1 - 2021
Rörelseresultat	458	-1 128
IFRS 16-effekt	-250	-298
Rörelseresultat exkl IFRS 16	208	-1 426

Definition: Rörelseresultat justerat för effekten av IFRS 16.

Orsak till användning: Skapar jämförbarhet i analyser där år innan IFRS 16 användes ingår.

Finansnetto exkl IFRS 16

	Q1 - 2022	Q1 - 2021
Finansnetto	-176	-261
IFRS 16-effekt	193	206
Finansnetto exkl IFRS 16	17	-55

Definition: Finansnetto justerat för effekten av IFRS 16.

Orsak till användning: Skapar jämförbarhet i analyser där år innan IFRS 16 användes ingår.

Resultat efter finansiella poster exkl IFRS 16

	Q1 - 2022	Q1 - 2021
Resultat efter finansiella poster	282	-1 389
IFRS 16-effekt	-57	-92
Resultat efter finansiella poster exkl IFRS 16	225	-1 481

Definition: Resultat efter finansiella poster justerat för effekten av IFRS 16.

Orsak till användning: Skapar jämförbarhet i analyser där år innan IFRS 16 användes ingår.

Periodens resultat exkl IFRS 16

	Q1 - 2022	Q1 - 2021
Periodens resultat	217	-1 070
IFRS 16-effekt	-44	-70
Periodens resultat exkl IFRS 16	173	-1 140

Definition: Periodens resultat justerat för effekten av IFRS 16.

Orsak till användning: Skapar jämförbarhet i analyser där år innan IFRS 16 användes ingår.