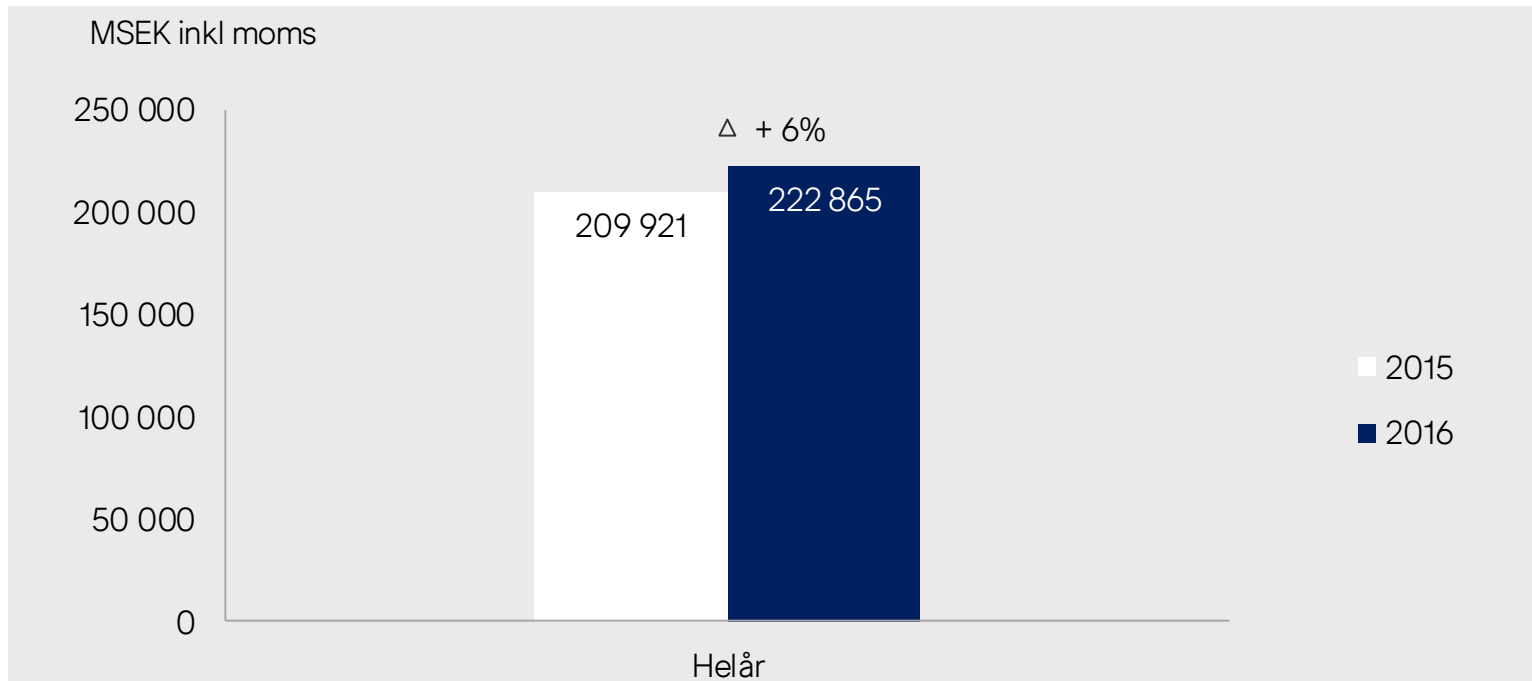


H&M ÅRSSTÄMMA 2017



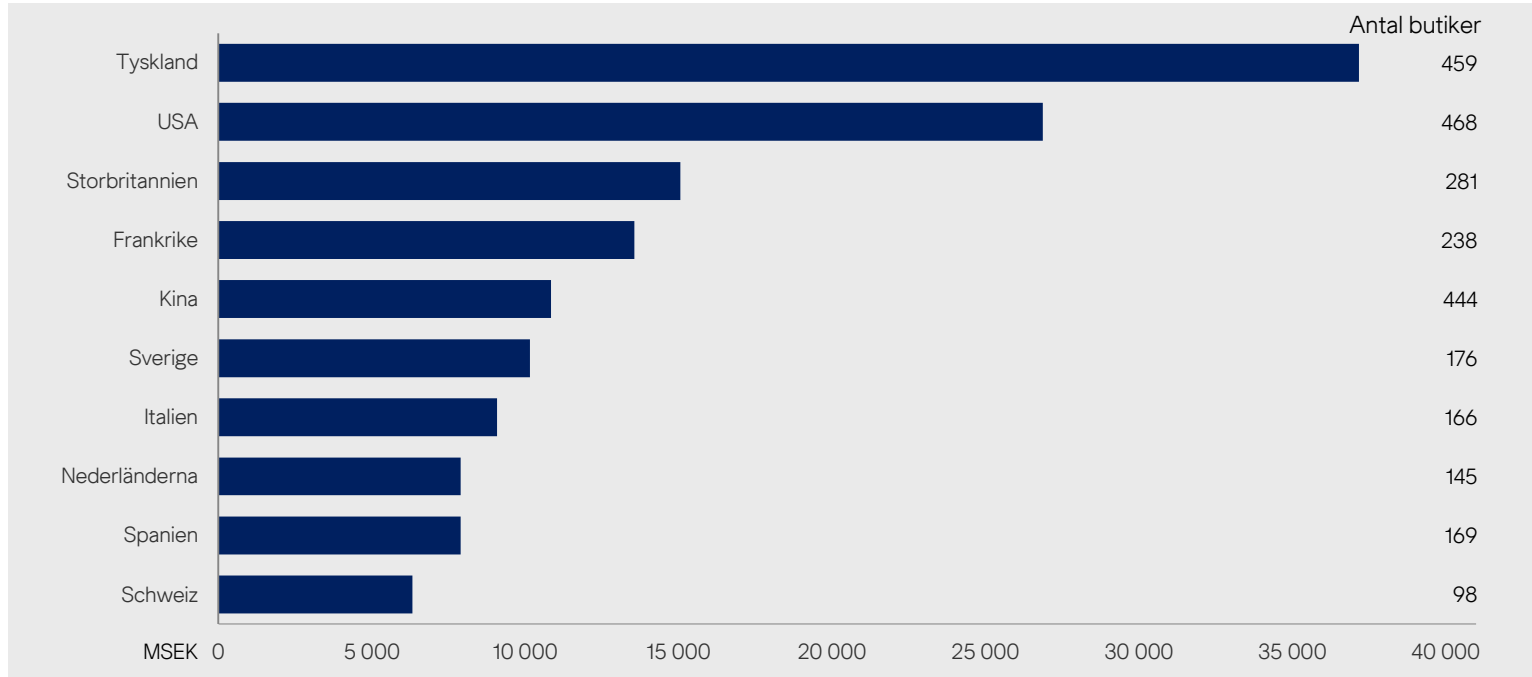
H&M

FÖRSÄLJNING



FÖRSÄLJNING PER MARKNAD

TIO STÖRSTA MARKNADER



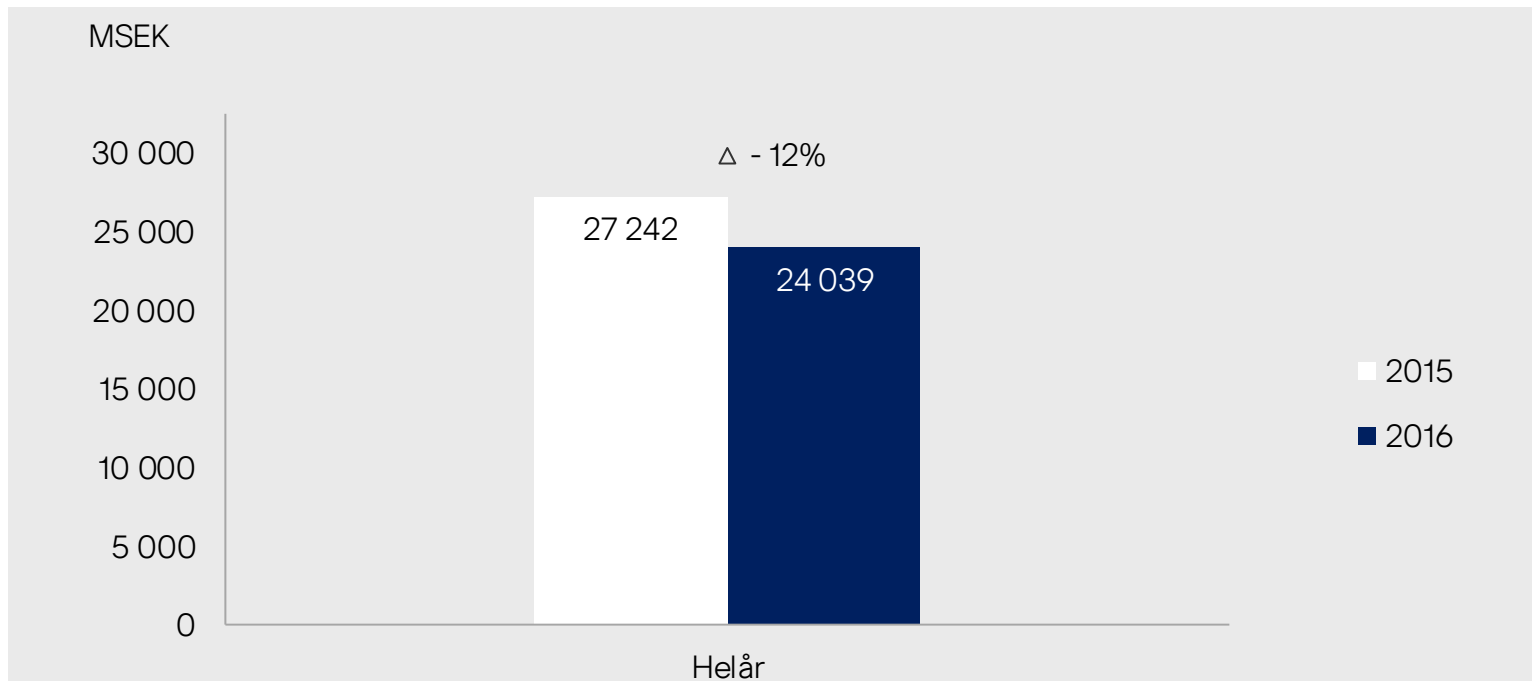


2016 I KORTHET

- Fortsatt fokus integrera fysiska butiker och e-handel samt expansion med båda försäljningskanaler
 - 11 nya onlinemarknader och 427 nya butiker netto
 - Puerto Rico, Cypern och Nya Zeeland nya butiksmarknader
 - totalt 4 351 butiker på 64 marknader, varav 35 med e-handel (30 nov 2016)
- Stark och lönsam onlinetillväxt för H&M-gruppens samtliga varumärken
- Mycket bra försäljning online och i butik för COS, Monki, Weekday, & Other Stories och H&M Home



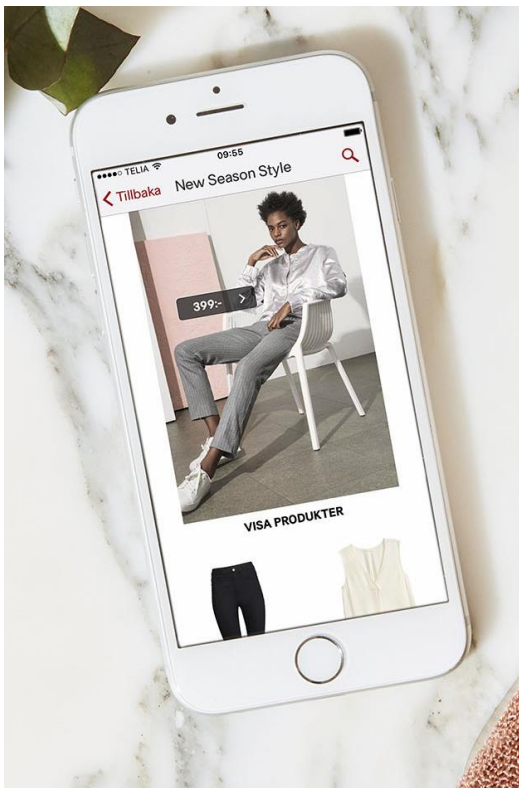
RESULTAT EFTER FINANSIELLA POSTER





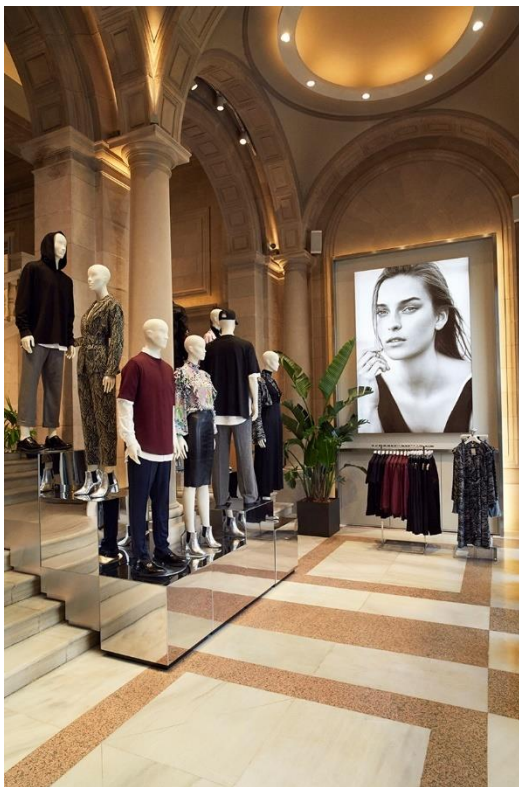
LÅNGSIKTIGA SATSNINGAR

- Långsiktiga satsningar och investeringar i nya varumärken, digitalisering och infrastruktur
- Flera nya varumärken
 - COS, & Other Stories, Monki, Weekday, Cheap Monday och H&M Home
- Snabb utrullning av H&M:s e-handel
 - Irland, Kroatien, Slovenien, Estland, Lettland, Litauen, Luxemburg, Japan, Grekland, Kanada och Sydkorea nya onlinemarknader 2016



SPÄNNANDE UTVECKLINGSSKEDE

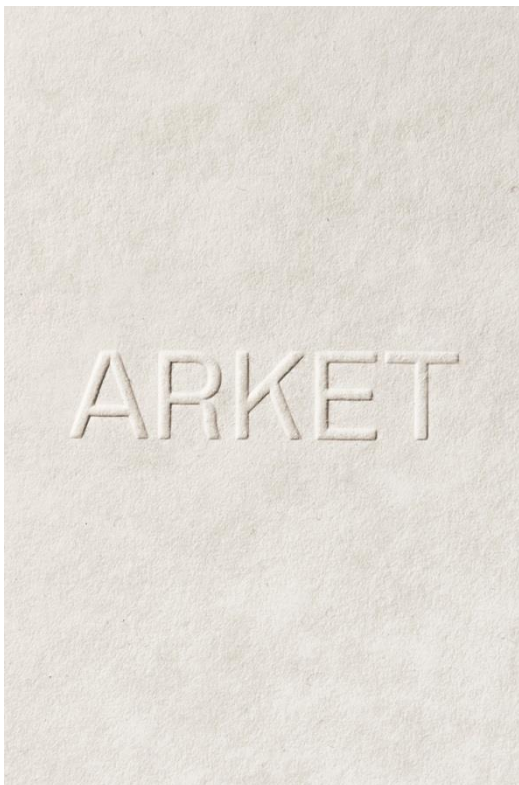
- Stark kombination av globalt butiksnät och digital närvaro
- Investeringar inom tre fokusområden för att möta det snabba skiftet inom detaljhandeln
 - omni-channel
 - varuförsörjningskedjan
 - avancerad data-analys
- Ett ännu mer relevant erbjudande och en starkare köppplevelse för våra kunder
- Säkerställer bra position för fortsatt långsiktig och lönsam tillväxt



EXPANSION MED BUTIKER OCH E-HANDEL

- Nytt tillväxtmål från och med räkenskapsåret 2016/17
 - öka H&M-koncernens försäljning med 10-15% i lokala valutor per år med fortsatt hög lönsamhet
- Cirka 430 nya butiker netto planeras för 2017
 - fem nya H&M-marknader: Kazakstan, Colombia, Island, Vietnam och Georgien
- H&M:s onlinebutik till ytterligare sex nya marknader
 - Turkiet, Taiwan, Hongkong, Macao, Singapore och Malaysia





NYTT VARUMÄRKE 2017

- ARKET, nytt varumärke inom H&M-gruppen
 - moderna och klassiska kollektioner för herr, dam och barn
 - ett utvalt sortiment till hemmet
- Eget café med fokus på det nya nordiska köket och en hälsosam livsstil
- ARKET:s första butik öppnar i London samt online i 18 europeiska länder på arket.com
 - lansering efter sommaren 2017
 - följs av butiker i Bryssel, Köpenhamn och München

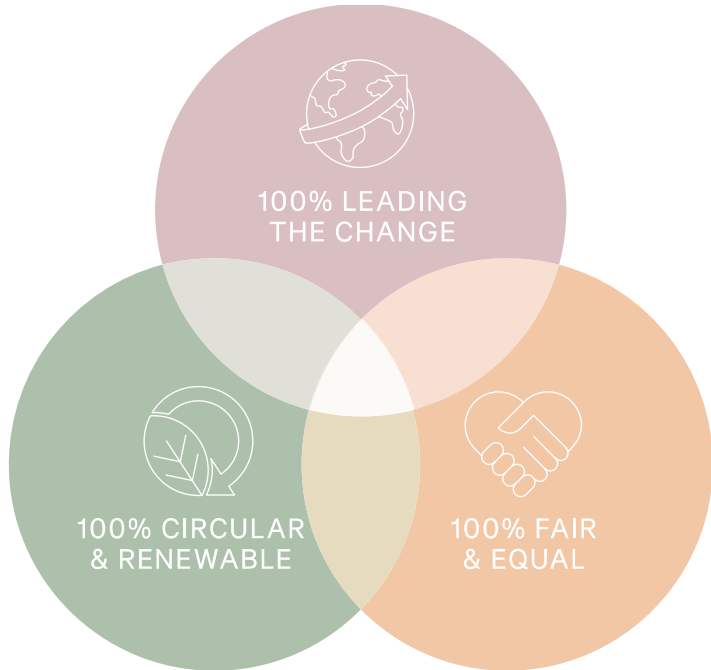


H&M

HÅLLBAR UTVECKLING



HÅLLBAR UTVECKLING



Vår ambition

- Leda förändring
 - främja innovation, stimulera transparens och belöna hållbart agerande
- Cirkulär och förnybar
 - återvinna och hållbara material
 - förnybar energi i vår värdekedja
- Rättvis och jämlik
 - arbeta för rättvisa arbetsvillkor
 - förebild för mångfald och inkludering



HÅLLBAR UTVECKLING

- H&M arbetar för rättvisa levnadslöner i textilindustrin
 - fortsatt utrullning av Fair Wage-metoden till allt fler leverantörsfabriker samt utbildning i social dialog
 - globalt ramavtal med IndustriALL och IF Metall
- Ökad transparens viktig för att kunderna ska kunna göra hållbara val
 - H&M:s leverantörslista offentlig på [hm.com](https://www.hm.com) sedan 2013



HÅLLBAR UTVECKLING

- Mål att använda 100% förnybar el i egna verksamheten
 - 96% förnybar el 2016 (78% 2015)
 - ytterligare 47% minskning av växthusgasutsläpp 2016 (-56% 2015)
- Mål om klimatpositiv värdekedja senast 2040



Global Change Award

AN INNOVATION CHALLENGE BY H&M FOUNDATION





HÅLLBAR UTVECKLING

- Långsiktigt mål att sluta kretsloppet för textilfibrer
- Mål att använda endast återvunna och andra hållbart framställda material senast år 2030
- Andel bomull från hållbara källor 43% 2016 (34% 2015)
 - mål om 100% senast år 2020
- Våra butiker globalt tar emot avlagda plagg och textilier för återbruk, återanvändning och återvinning
 - 15 888 ton textilier lämnades in 2016
 - mål få in minst 25 000 ton per år senast 2025

H&M CONSCIOUS EXCLUSIVE 2017





H&M



H & M Hennes & Mauritz AB