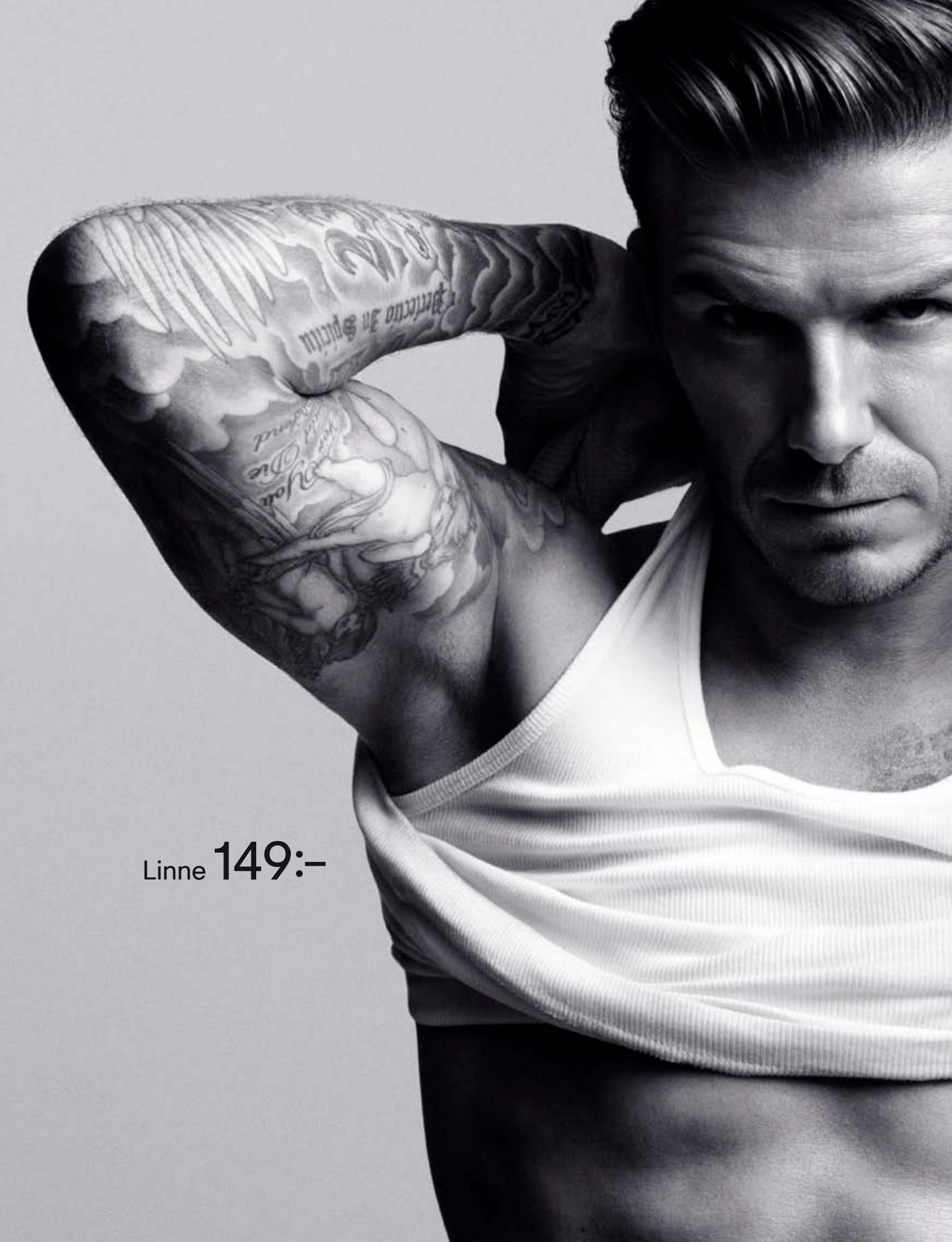




T-shirt
99:–

H&M

ÅRSREDOVISNING
2012



Linne 149:–

INNEHÅLL

H&M i ORD och BILD

7	<i>Detta är H&M – värderingar, affärsidé och mål</i>
10	<i>Vd har ordet</i>
12	<i>2012 i korthet</i>
16	<i>Våra kollektioner</i>
28	<i>Hållbarhet – vårt ansvar</i>
32	<i>Våra medarbetare</i>
36	<i>Expansion – butiker och online</i>

H&M i SIFFROR

43	<i>Förvaltningsberättelse inklusive förslag till vinstdisposition</i>
48	<i>Koncernens resultaträkning</i>
48	<i>Koncernens rapport över totalresultat</i>
49	<i>Koncernens balansräkning</i>
50	<i>Koncernens förändring i eget kapital</i>
51	<i>Koncernens kassaflödesanalys</i>
52	<i>Moderbolagets resultaträkning</i>
52	<i>Moderbolagets rapport över totalresultat</i>
53	<i>Moderbolagets balansräkning</i>
54	<i>Moderbolagets förändring i eget kapital</i>
55	<i>Moderbolagets kassaflödesanalys</i>
56	<i>Noter till de finansiella rapporterna</i>
70	<i>Årsredovisningens undertecknande</i>
71	<i>Revisionsberättelse</i>
72	<i>Bolagsstyrningsrapport inklusive information om styrelsen</i>
84	<i>Revisorsyttrande om bolagsstyrningsrapporten</i>
86	<i>Fem år i sammandrag</i>
87	<i>H&M-aktien</i>
88	<i>H&M:s historia</i>
90	<i>Ekonomisk information och kontaktuppgifter</i>



Tröja
199:–

Vår affärsidé

MODE *och* KVALITET *till* BÄSTA PRIS

H&M styrs av starka värderingar. Dessa utgår från en grundläggande respekt för individen och en tro på människors förmåga att ta egna initiativ. Över 104 000 medarbetare skapar tillsammans ett kreativt, engagerat och ansvarsfullt globalt modeföretag. I fokus står passion för mode och ambitionen att hela tiden överträffa kundernas förväntningar. Strävan efter ständiga förbättringar är en del av H&M-andan, som funnits med sedan starten och den allra första butiken 1947.

Affärsidén är att erbjuda mode och kvalitet till bästa pris. H&M ska alltid ha det bästa kunderbudandet på varje enskild marknad. Kollektionerna för dam, herr, ungdom och barn innehåller allt från tidlösa basplagg till de senaste trenderna. Sortimentets bredd och variation är en styrka. I ett starkt kunderbudande ingår också att H&M ska vara det mer hållbara alternativet.

Stora resurser satsas på ökad hållbarhet. H&M äger inga fabriker utan köper in varor från fristående leverantörer. I leverantörsledet, liksom längs plaggens hela livscykel samt i de samhällen där H&M verkar, är H&M:s strävan att bidra till varaktiga förbättringar för människor och miljö.

Vid sidan av att rätt vara köps in från rätt marknad, medverkar flera faktorer till att H&M kan erbjuda kunderna bästa pris i butik. Detta uppnås bland annat genom egen design, inga mellanhänder, stora inköpsvolymmer, effektiv logistik samt kostnadsmedvetenhet i alla delar av verksamheten. Snabba beslutsvägar och flexibel sortimentsplanering gör att utbudet hela tiden är anpassat till det kunderna vill ha just nu.

Med ett starkt erbjudande som uppskattas av kunder i hela världen kan H&M växa framgångsrikt på samtliga befintliga marknader, i nya länder, med alla varumärken och med nya koncept. Expansionen är långsiktig och finansieras helt med egna medel. Tillväxtmålet är att öka antalet butiker med 10–15 procent per år och samtidigt öka försäljningen i jämförbara enheter.

Över
104 000
medarbetare

2 776
butiker

48
marknader

Omsättning inkl. moms

141
miljarder kronor

Vinst efter skatt
16,9
miljarder kronor

KORT om H&M

Strävan att hela tiden överträffa kundernas förväntningar genomsyrar H&M:s verksamhet – från idé, design och inköp till produktion och logistik liksom i varenda butik, världen över och online.

KUNDERNA

Allt H&M gör börjar med kunderna – målet är att alltid överträffa kundernas förväntningar. H&M:s kunder är i alla åldrar och finns i hela världen. Med sina olika stilar, drömmar och förväntningar, och genom att göra alltmer medvetna modeval, är de en ständig källa till inspiration. H&M:s strävan är att vara ett lyhört företag som alltid erbjuder den bästa kombinationen av mode, kvalitet och pris.

I butiker och online kan modeintresserade världen över kommunicera och interagera med H&M, som är ett av världens högst rankade varumärken och dessutom ett av de ledande modeföretagen på sociala medier.

Över 13 miljoner fans på Facebook.

2,5 miljoner människor följer H&M på Twitter.

PRODUKTION och LOGISTIK

H&M äger inga fabriker utan köper in varor från fristående leverantörer. Samarbetet med leverantörerna är nära och långsiktigt. Kunderna ska kunna känna sig trygga med att allt de köper på H&M designas, tillverkas och distribueras med hänsyn till människor och miljö. H&M satsar därför stora resurser på ökad hållbarhet i leverantörsledet och arbetar aktivt för att bidra till långsiktigt bättre förhållanden i inköpsländerna. En effektiv logistik med snabba beslutsvägar och flexibel sortimentplanering ser till att de senaste trenderna alltid finns i butik.

Cirka 800 fristående leverantörer.

H&M hjälpte leverantörer att spara 450 miljoner liter vatten 2012.

Cirka 90 procent av alla transporter sker med tåg eller båt.

IDÉ och DESIGN

H&M:s designteam, mönsterkonstruktörer och inköpare skapar tillsammans ett brett och varierat sortiment av inspirerande mode för alla. Sortimentet vänder sig till dam, herr, ungdom och barn, och kompletteras med skor, accessoarer och kosmetik samt med textil heminredning. Kvalitet, hållbarhet och trendkänsla står alltid i fokus. Teman, färger, silhuetter och material ger en känsla för vad som präglar nya säsonger. I kollektionerna finns plagg med högsta modegrad liksom pålitliga klassiker och personliga favoriter. Mångfalden gör att utbudet kan kombineras på många sätt och bäras över flera säsonger – det förlänger livscykeln och bidrar till ökad hållbarhet.

Över 150 designers och mönsterkonstruktörer.

H&M är världens största användare av ekologisk bomull.

BUTIKER och SHOP ONLINE

H&M erbjuder kunderna inspirerande köppplevelser i butiker på 48 marknader samt i en växande shop online. Det som började med en damklädesbutik i Västerås 1947 är i dag ett globalt modeföretag. Expansionen är långsiktig och sker med kvalitet, hållbarhet och hög lönsamhet. H&M:s butiker ska alltid vara fräscha, trendiga, så energieffektiva som möjligt och inredda med en strävan efter att använda material som håller i längden. Att handla online på H&M ska vara lika inbjudande, enkelt och inspirerande och hm.com är i dag en av världens mest välbesökta modesajter.

Under 2012 öppnade H&M 304 nya butiker netto.

10–15% nya butiker netto per år.

Helt mobilanpassad H&M shop online.

VÅRA VARUMÄRKEN

H&M-gruppen erbjuder mode från varumärkena H&M, COS, Monki, Weekday, Cheap Monday och, från våren 2013, det helt nya modevarumärket & Other Stories, samt textil heminredning på H&M Home.

H&M satsar för FRAMTIDEN

H&M växer, står starkt och genomför stora långsiktiga satsningar för att säkra en hållbar utveckling och bygga ett ännu starkare företag. Målsättningen är att hela tiden överträffa våra kunders förväntningar.

H&M växer med nya kunder och medarbetare världen över och fortsätter att stå starkt på en utmanande marknad. Vi ökade försäljningen med 11 procent i lokala valutor och en procent i jämförbara enheter under 2012 och vi fortsatte att ta marknadsandelar. Under 2012 var konsumtionsklimatet på många håll ännu mer utmanande än under 2011. H&M:s goda utveckling är återigen ett kvitto på att kunderna uppskattar vårt erbjudande, med mode och kvalitet till bästa pris.

H&M erbjuder ett brett och varierat sortiment med inspirerande kollektioner. Sortimentmixen gör att H&M fungerar lika bra i storstäder som i små och medelstora städer runt om i världen. Detta är en styrka som tillåter oss att växa på djupet på varje marknad och samtidigt expandera till nya länder. Under 2012 fortsatte vår globala expansion och vi öppnade 304 nya butiker netto. Fem nya länder tillkom: Bulgarien, Malaysia, Lettland, Thailand och Mexiko. Allra flest butiker öppnades i Kina och USA. Vi har en stark global närvaro med över 2 800 butiker på 48 marknader.

Onlinemarknaden växer alltmer – framför allt är det mobil shopping via smartphones och surfplattor som ökar kraftigt. För att möta denna snabba utveckling lanserade vi i januari 2013 en helt mobilanpassad H&M shop online på våra befintliga åtta onlinemarknader och responsen från kunderna har varit mycket god.



Karl-Johan Persson, vd.

H&M:s goda utveckling är återigen ett kvitto på att kunderna uppskattar vårt erbjudande, med mode och kvalitet till bästa pris. ”

Parallellt med mobilanpassningen intensifierade vi också under hösten 2012 arbetet med den framtida online-expansionen till övriga marknader inom koncernen. Till sommaren planerar vi att lansera H&M shop online i USA och vi ser mycket fram emot att erbjuda denna möjlighet åt våra kunder på världens största onlinemarknad.

LÅNGSIKTIGA SATSNINGAR

Vi är sedan en tid inne i en investeringsintensiv period där vi bland annat gör satsningar inom online och IT samtidigt som vi utvecklar ett helt nytt modevarumärke & Other Stories och breddar vårt produktsortiment. Dessa långsiktiga satsningar kommer framöver att generera intäkter och ytterligare stärka H&M:s position. Trots att årets resultat belastades av dessa satsningar samt även av negativa valutaomräkningseffekter, ökade resultatet efter skatt med en miljard kronor, dvs 7 procent, till 16,9 miljarder kronor.

H&M-ANDAN

På H&M tänker vi långsiktigt och företagets goda utveckling genom åren har gett en stark finansiell ställning. Bara under 2012 skapade vi cirka 10 000 nya arbetstillfällen inom koncernen och i dag är vi fler än 104 000 medarbetare. Jag vill tacka samtliga medarbetare för mycket goda insatser och ett fantastiskt lagarbete under det gångna året. Som arbetsplats präglas H&M av starka värderingar som lagarbete, öppenhet, enkelhet, entreprenöranda, kostnadsmedvetenhet och en strävan efter ständiga förbättringar. Dessa gemensamma värderingar bygger på en respekt för individen och en tro på människors förmåga att ta egna initiativ. Värderingarna sammanfattas i H&M-andan, som har funnits sedan den allra första butiken öppnade 1947 och som fortsätter att genomsyra företaget också efter många år av kraftig expansion.



H&M Conscious Actions Sustainability Report 2012 finns på hm.com/consciousactions2012.

HÅLLBAR UTVECKLING

H&M ska alltid ha det bästa kunderbjudandet på varje marknad och vår målsättning är att hela tiden överträffa kundernas förväntningar. Hållbarhetsfrågor blir allt viktigare och i vårt starka kunderbjudande ingår också att H&M är det mer hållbara alternativet för våra allt mer medvetna kunder. Därför står hållbarhet högt upp på vår dagliga agenda och är sedan en tid tillbaka en integrerad del av vår verksamhet.

Vi satsar stora resurser på och arbetar aktivt för att bidra till sociala förbättringar och minskad miljöpåverkan i de samhällen där H&M verkar samt för att säkra en hållbar utveckling för H&M på lång sikt. Läs gärna mer om H&M:s omfattande hållbarhetsarbete i rapporten H&M Conscious Actions Sustainability Report 2012 som finns på hm.com/consciousactions2012.

UTBLICK

Vi expanderar med 10–15 procent nya butiker om året och under 2013 planerar vi att öppna cirka 325 nya butiker netto, vilket är i princip en ny butik om dagen. Vi kommer att öppna butiker i fem nya länder: Chile, Estland, Litauen och Serbien samt via franchise i Indonesien. Butiken i Santiago de Chile blir



H&M öppnade nya butiker världen över, som här i Miami Beach.

Vi är sedan en tid inne i en investeringsintensiv period där vi bland annat gör satsningar inom online och IT samtidigt som vi utvecklar ett helt nytt modevarumärke & Other Stories och breddar vårt produkt-sortiment. Dessa långsiktiga satsningar kommer framöver att generera intäkter och ytterligare stärka H&M:s position.”



& Other Stories – stor vikt vid detaljer och fina kvaliteter.



& Other Stories lanseras i tio länder under våren 2013.

butiker i sju storstäder i Europa och shop online i tio europeiska länder på stories.com. Varumärket & Other Stories erbjuder kvinnor ett brett sortiment av skor, väskor, smycken, skönhetsprodukter, underkläder och kläder. Kollektionerna, som är skapade i noga utvalda material och med stor vikt vid detaljer, har inför lanseringen fått mycket fina recensioner i modepressen internationellt.

Vi ser fram emot ett spännande 2013 fullt av nya möjligheter. Vi har stor respekt för det makroekonomiska läget och hur det kan komma att påverka konsumtionen på många av våra marknader, men vi tror mycket på vårt erbjudande och är övertygade om att H&M kommer att fortsätta att stå sig starkt.

Karl-Johan Persson, vd
H & M Hennes & Mauritz AB
Stockholm januari 2013

H&M:s första i Sydamerika och även på södra halvklotet, där vi ser en stor potential för H&M att växa. Innan året är slut kommer vi att ha över 3 000 butiker och vi expanderar med alla våra varumärken; H&M, COS, Monki, Weekday, Cheap Monday och H&M Home.

Glädjande är också att vi nu utökar H&M-gruppen med ytterligare ett varumärke, & Other Stories. Vi ser mycket fram emot att erbjuda våra kunder detta helt nya modevarumärke, som öppnar under våren med

ÅRET i korthet

H&M fortsatte att välkomna nya kunder och medarbetare världen över under 2012. Det blev ännu ett spännande år fullt av starka kollektioner, mer hållbart mode och nya fantastiska butiksöppningar.

JANUARI



H&M STÖRST på EKOLOGISK BOMULL

H&M börjar ännu ett nytt år som världens största användare av ekologisk bomull, enligt data från Textile Exchange som visar att H&M är störst sedan 2010.

FEBRUARI



DAVID BECKHAM BODYWEAR

David Beckham Bodywear för herr lanserades hos H&M världen över; ett mycket omtyckt samarbete med nya underplagg till varje säsong.

MARS



MARNI at H&M

Samarbetet MARNI at H&M bjöd på en nyskapande kollektion av Marnis grundare Consuelo Castiglioni. Sofia Coppola regisserade reklamkampanjen.

MARS



BULGARIEN FÖRST av FEM NYA länder

H&M öppnade i fem nya länder 2012. Först var Bulgarien med öppningen i Sofia. På alla marknader översteg kundernas mottagande högt ställda förväntningar.



APRIL



H&M CONSCIOUS på RÖDA MATTAN

H&M Conscious visade det hållbara modets potential med en exklusiv festkollektion med ekologisk bomull, ekologisk hampa och återvunnen polyester.

Amanda Seyfried och
Justin Timberlake.



Michelle Williams.



MAJ



COS till SEX NYA länder 2012

COS öppnade i sex nya länder 2012 med start i Finland och Italien i maj. Polen, Hongkong och Österrike följde samt via franchise, Kuwait.

JUNI



H&M for WATER

Strandkollektionen H&M for Water bidrog till att öka tillgången till rent vatten. 25 procent av försäljningen gick till WaterAid:s vatten- och sanitetsprojekt i Asien.

JULI



Nya H&M HOME KIDS

Från och med juli utökades inredningssortimentet H&M Home med en lekfull kollektion för barn och baby, till stora delar gjord av ekologisk bomull.

AUGUSTI



WEEKDAY till NEDERLÄNDERNA

Weekday fick ett fantastiskt mottagande av kunderna i Nederländerna med första butiken i Amsterdam, på Rokin 84. Weekday-butiker finns i sex länder.



SEPTEMBER

För HÖGRE LÖNER i BANGLADESH

Vd Karl-Johan Persson i möte med Bangladeshs premiärminister Sheikh Hasina för att uppmana till höjning och årlig revidering av textilindustrins minimilöner.

H&M äger inga fabriker men är en stor och ansvarsfull köpare. Vi bidrar till över en miljon arbetstillfällen i inköpsländerna, där vi verkar för varaktigt bättre villkor för textilarbetarna.”

Karl-Johan Persson, vd



SEPTEMBER

H&M i LEDANDE HÅLLBARHETSINDEX

H&M åter i Dow Jones Sustainability World Index och ingår sedan många år även i FTSE4Good med flera hållbarhetsindex.



SEPTEMBER

SNABB EXPANSION i KINA

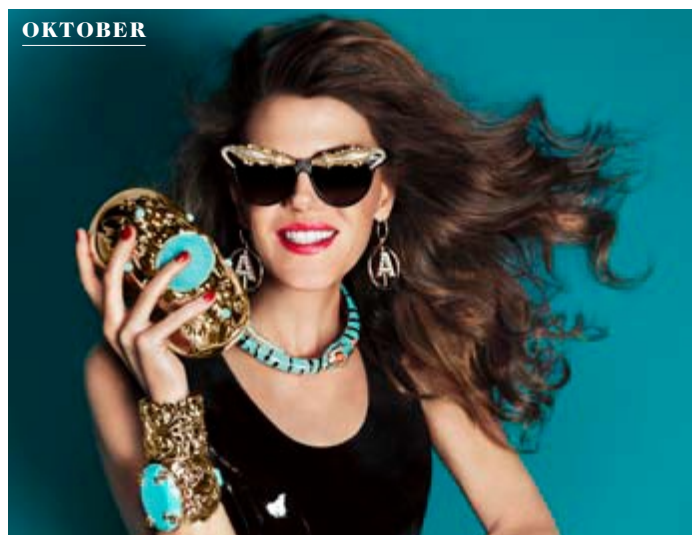
H&M växer snabbt i Kina. Nanning fick fastlandets hundra butik och även i städer som Chengdu, Shenshen och Shenyang är expansionen stark.



SEPTEMBER

MALAYSIA, LETTLAND och THAILAND

Med ett starkt kunderbjudande växer H&M världen över. I september öppnade H&M i Malaysia och Lettland samt via franchise i Thailand.



OKTOBER

MODEGLÄDJE med ANNA DELLO RUSSO

H&M:s samarbete med Anna Dello Russo, legendarisk stilikon, förgyllde modehösten i en överdådig och lekfull accessoarkollektion.



OKTOBER

ALL FOR CHILDREN höstkollektion

All for Children, en välskraddad höstkollektion för barn, till förmån för UNICEF:s arbete för barns utbildning och hälsa i Bangladesh.



OKTOBER

MONKI expanderar i ASIEN

Monki växer i Asien där första butiken öppnade i Hongkong 2010 och nya butiker på Kinas fastland blev mycket väl mottagna hösten 2012.



NOVEMBER

H&M öppnar i MEXIKO

Välkommandet av H&M:s första butik i Latinamerika översteg alla förväntningar vid öppningen i Mexico City:s Centro Santa Fé den 1 november.

Jag väntar med stor entusiasm, stämningen utanför butiken är euforisk. Vi förväntar oss många glada, lyckliga kunder och vi kommer att möta var och en av dem med mycket kärlek! ”

Doria Zubiaga, sales advisor,
H&M Mexico City



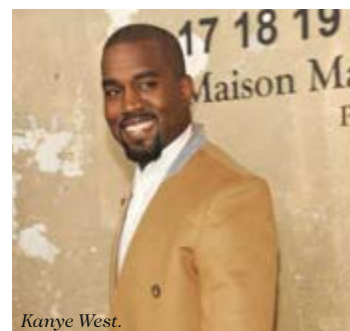
NOVEMBER

MAISON MARTIN MARGIELA

Revolutionerande design för dam och herr. H&M presenterade en ikonisk kollektion i samarbete med kultförklarade modehuset Maison Martin Margiela.



Helena Christensen.



Kanye West.



MODE för ALLA

Från heta trender till tidlösa klassiker och bekväma basplagg för dam, herr, barn och ungdom. H&M:s designteam skapar hållbart mode för alla – alltid till bästa pris.

Nya säsongstrenderna, bästa basplaggen och modefavoriterna som fungerar i alla lägen – på H&M:s designavdelning skapas breda, varierade kollektioner för dam, herr, ungdom, barn och baby.

Teamet bakom plaggen och accessoarerna är en stor grupp där många olika åldrar och nationaliteter ingår. Inspirationen hämtar de från hela världen och från många olika källor – H&M:s designers letar ständigt efter nya influenser i omgivningen. Allt från resor, filmer, tidningar och konstutställningar till catwalken, gatumodet, branschmässor och trendseminarier kan föda nya idéer. Sammantaget leder allt detta till att ett spännande och ständigt uppdaterat sortiment landar i butik.

Mångfalden gör att H&M:s kunder kan mixa och matcha efter personlig stil, smak och behov. Plaggen kan kombineras på många sätt och bäras över flera säsonger. Detta förlänger livscykeln och bidrar till ökad hållbarhet, vilket är av största vikt för dagens medvetna konsument. Hållbarhet är en integrerad del av H&M:s verksamhet och målet är att hela tiden ligga i

framkant i dessa frågor. H&M är sedan 2010 världens största användare av ekologisk bomull och arbetar aktivt för att allt som finns i butik ska ha tillverkats under goda arbetsförhållanden samt med minsta möjliga påverkan på miljön. Varje år erbjuds dessutom kollektioner med extra hållbarhetsvärde under etiketten "H&M Conscious", plagg och accessoarer som bland annat är tillverkade med miljösmartare material. Kollektioner skapas också i samarbete med UNICEF till förmån för utbildning och stöd till barn och ungdomar i utvecklingsländer, samt med WaterAid för att främja tillgången till rent vatten på platser där det är en bristvara.

H&M:s sortiment kompletteras med inredningskonceptet H&M Home samt med COS, Monki, Weekday och Cheap Monday – självständiga varumärken med egna uttryck. Hos COS finns välskräddade plagg i en avskalad, urban stil. Monki är lekfullt, färgstarkt och grafiskt. Weekday inspireras av gatumode. Cheap Monday erbjuder denim och säsongsakтуellt mode med catwalk-känsla. Till våren 2013 lanseras en spännande nyhet: H&M-gruppens nya modevarumärke & Other Stories. Här finns ett brett urval skor, väskor, smycken, skönhetsprodukter och kläder, och stor vikt läggs vid detaljer och fina kvaliteter.

KONCERNEN

2776
butiker

48
marknader

H&M

2628
butiker

48
marknader

hm.com



VÅRA KOLLEKTIONER

Lincoln Road, Miami Beach.

DAM

Damkollektionen är H&M:s största och omfattar allt från de senaste trenderna till uppdaterade modeklassiker. Från sköna vardagsplagg till fantastiska partyklänningar och bekväma fritidskläder, moderiktiga mammaplagg samt funktionellt sportmode. För kvinnor finns ett brett urval för alla – med inspiration, kvalitet, hållbarhet och bästa pris i fokus.

**HERR**

H&M erbjuder en modern, varierad och flexibel garderob. För män finns snygga och välsittande kostymer och skjortor till arbete och fest, avslappnade vardagsplagg, träningskläder, skor och accessoarer. Kollektionen innehåller de senaste trenderna, skräddade klassiker liksom de skönaste fritidskläderna.



BARN

På H&M finns allt från tuffa jeans till finklämmingar för baby och barn upp till 14 år. Barnkläder på H&M ska vara moderna och bekväma, och är alltid testade med omsorg för att leva upp till stränga krav på kvalitet, funktion, säkerhet och hållbarhet. Materialen ska vara mjuka mot huden, tåla livliga lekar och många tvättar.

DIVIDED

Modeintresserade tjejer och killar hittar ett brett utbud av trendiga och funktionella kläder och accessoarer på ungdomsavdelningen Divided. Här finns allt från basplagg med sportiga influenser till trendiga partyplagg som tilltalar fashionistas i alla åldrar.





UNDERKLÄDER

Plaggen närmast kroppen är bland de viktigaste i garderoben. På H&M finns alltid en skön underklädesbas av mjukaste bomull. Dessutom trendiga och glamorösa plagg i säsongens färger, mönster och material.

&DENIM

Jeans är alltid en viktig del av modet, liksom av H&M:s utbud. Säsongens trender liksom ständigt aktuella klassiker finns i en mängd färger, modeller och tvättar. Dessutom finns ett uppdaterat utbud av skjortor, jackor, klänningar, kjolar och shorts av denim.



KOSMETIK

Kosmetik kan ytterligare framhäva den personliga stilen. På H&M finns allt som behövs för säsongens uppdatering. Inga av H&M:s kosmetiska produkter är testade på djur. Alla H&M:s produkter följer minst de lagar och föreskrifter som finns i försäljningsländerna.



ACCESSOARER

Modet på H&M handlar om mångfald och personlig stil. För att den breda kundkretsen ska finna inspiration och produkter till styling och kreativa uttryck erbjuds accessoarer som kompletterar. Allt från scarves, hattar, mössor och skor till bälten och smycken för dam, herr, ungdom och barn.

H&M HOME

På H&M Home finns mode för hemmet. Här erbjuds främst textil inredning som handdukar, lakan, gardiner och kuddar i aktuella färger och mönster, men även föremål av glas, metall och trä. Kollektionen säljs online på alla åtta marknader där H&M har distanshandel. Dessutom finns H&M Home-butiker i Stockholm, Norrköping, Helsingfors, Köpenhamn, Oslo, London, Amsterdam och Frankfurt.



9 butiker
7 marknader

hm.com



Fields, Köpenhamn.

MTWTFSS WEEKDAY®

Weekday är ett progressivt multibrand-koncept med stort fokus på jeans. Här säljs egna varumärken som till exempel MTWTFSS Weekday, Weekday Storemade och Weekday Vintage, och externa varumärken som Cheap Monday, Rodebjer och Christophe Lemaire. Även designsamarbeten presenteras, tidigare bland annat med Stine Goya och Bruno Pieters. Butiker på sex marknader kompletteras med shop online på 18 europeiska marknader.



VÅRA KOLLEKTIONER

Rokin 84, Amsterdam.



21
butiker

6
marknader

weekday.com



4 butiker

Cirka
2000 återförsäljare

Över
35 marknader

cheapmonday.com



I Cheap Mondays kollektioner blandas influenser från gatmode och subkulturer med catwalkkänsla. Stommen i sortimentet är ett ständigt uppdaterat jeanssortiment. Detta kompletteras med modeaktuella kläder och accessoarer för både dam och herr – allt till priser som gör konceptet tillgängligt för alla. Cheap Monday säljs bland annat hos ett urval återförsäljare världen över samt i egna butiker i Köpenhamn och London.





Monki står för ett personligt och kreativt uttryck. Här finns individualistiska street-wear-kollektioner för främst unga kvinnor, men Monki handlar om stil, inte ålder. Plagg och accessoarer presenteras i ett butikskoncept som är en helt egen värld av modeinspiration präglad av storytelling, lekfullhet och färgstark grafisk form. Förutom i butiker på nio marknader erbjuds Monki online på 18 europeiska marknader.



VÅRA KOLLEKTIONER



Hamngatan, Stockholm.

59 butiker

9 marknader

monki.com

COS

Modernt, tidlöst och funktionellt. Med en ständig utveckling av konceptet som sätter stil framför mode, erbjuder COS exklusiv design och hög kvalitet som lever säsong efter säsong för dam, herr och barn. Genom att förena traditionella metoder med nya tekniker och innovativa material skapar COS modeplagg för den samtida garderoben. COS är tillgängligt i butiker på 15 marknader, samt online på 18 europeiska marknader.

VÅRA KOLLEKTIONER



64 butiker
15 marknader
cosstores.com



Kungssportsplatsen, Göteborg.



& other Stories

& Other Stories, H&M-gruppens nya varumärke, lanseras våren 2013. Här handlar det om hög modegrad med särskilt fokus på personlig stil och styling. Skor, väskor, smycken och skönhetsprodukter utgör därför, utöver kläder, en betydande del av sortimentet som ger största möjlighet till kreativa modeuttryck. & Other Stories kollektioner håller mycket god kvalitet med fina material och stor vikt vid detaljer. Till en början kommer & Other Stories att erbjudas i butiker på sju marknader och online på tio marknader.

VÅRA KOLLEKTIONER

& Other Stories lanseras i tio länder i Europa våren 2013.

stories.com

H&M driver HÅLLBAR utveckling

H&M bedriver ett omfattande arbete för ökad hållbarhet i klädbranschen. Hållbarhet innefattar bland annat miljö, etik, mänskliga rättigheter och antikorruption. Stora satsningar på sociala förbättringar och minimerad miljöpåverkan görs för att skapa positiv förändring i de samhällen där H&M verkar och för att säkra en hållbar utveckling för H&M på lång sikt.

H&M satsar stora resurser på och arbetar aktivt för ökad hållbarhet genom plaggens hela livscykel, från designidén till hur kunderna uppmuntras att vårda kläderna de köpt. Det gäller allt från mer hållbara material – H&M är bland annat världens största användare av ekologisk bomull – till omfattande satsningar för goda arbetsförhållanden i leverantörsledet. Det breda hållbarhetsarbetet handlar bland mycket annat om att nyttja vattenresurser ansvarsfullt, använda förnybar energi, öka butikernas energieffektivitet, och att i utvalda butiker globalt ta emot kundernas använda plagg för återanvändning eller återvinning. H&M stöttar dessutom den långsiktiga samhällsutvecklingen i de länder varifrån varorna köps in.

Detta omfattande arbete rankas högt. H&M ingår i några av världens mest välrenommerade hållbarhetsindex. Under 2012 kvalificerade sig H&M återigen till Dow Jones Sustainability Index World, som listar världens ledande företag inom hållbarhet.

Att skapa sociala förbättringar och minimera miljöpåverkan är oerhört viktigt då hållbarhet är nära kopplat till både H&M:s affärsidé och strategi. Affärsidén är att erbjuda mode och kvalitet till bästa pris. H&M ska alltid ha det bästa kunderbjudandet på varje enskild marknad. Intresset för hållbarhet ökar hos kunderna som ska kunna känna sig trygga med att hela sortimentet ska vara framställt med respekt för människor och miljö. För att kund-

erbjudandet verkligen ska vara det bästa måste H&M därför hela tiden leva upp till stadigt ökade krav. H&M ska vara det mer hållbara alternativet för världens alltmer medvetna kunder.

Som globalt detaljhandelsföretag verkar H&M som köpare och säljare på många marknader. Internationell handel spelar en viktig roll för länders utveckling; det skapar ekonomisk tillväxt och hjälper till att lyfta människor och nationer ur fattigdom. H&M bidrar till över en miljon arbetstillfällen runt om i världen. H&M använder dessutom sin storlek och sitt



H&M köper in från cirka 800 fristående leverantörer.

H&M genomförde 2012

9815

intervjuer med arbetare i leverantörsledet om deras arbetsförhållanden.

inflytande till att påverka samhällsutvecklingen i dessa länder i en positiv riktning. På så sätt kan verksamheten bidra till bättre förhållanden för många människor i bland annat Bangladesh, Kambodja, Indien och Kina.

H&M äger inga fabriker utan köper in stället in från cirka 800 fristående leverantörer i länder med en textilindustri där det finns stor yrkesskicklighet och lång erfarenhet, framför allt i Asien och Europa. Samarbetet med leverantörerna är nära och långsiktigt. Sedan 1990-talet bedrivs ett omfattande arbete för att förbättra arbetsvillkoren i leverantörsledet. Förutom att kräva att alla anställda hos leverantörerna garanteras minst sina lagstadgade rättigheter och att H&M:s uppförandekod efterlevs, hjälper H&M leverantörerna att förbättra sina arbetsplatser. H&M utbildar både leverantörer och deras anställda inom flera viktiga områden såsom rättigheter, hälsa och säkerhet. Leverantörerna måste också rätta sig efter H&M:s kemikalierestriktioner, vilka är klädbranschens hårdaste.

Ett av uppförandekodens grundkrav är att fabriksarbetarna minst ska betalas lagstadgad minimilön. Uppförandekoden uttrycker också en tydlig strävan att lönen ska möjliggöra för arbetaren att försörja sig själv och sin familj.

De leverantörer H&M köper av tillverkar även plagg för andra köpare, och fabriksarbetarnas lön är densamma oavsett vem de tillverkar för och oavsett slutpris i butik. Flera faktorer medverkar till att H&M kan erbjuda kunderna bästa pris i butik. Vid sidan av att köpa in rätt vara från rätt marknad, uppnås bästa pris genom egen design, stora inköpsvolym, inga mellanhänder, kostnadsmedvetenhet i alla led samt en effektiv logistik.

Lönefrågan är en branschfråga och därför samarbetar H&M med andra varumärken samt fackföreningar. H&M har till exempel i Bangladesh tillsammans med andra stora klädföretag verkat för att regeringen ska höja minimilönerna för landets textilarbetare. Sedan en höjning

Internationell handel spelar en viktig roll för länders utveckling; det skapar ekonomisk tillväxt och hjälper till att lyfta människor och nationer ur fattigdom. H&M bidrar till över en miljon arbetstillfällen.”



Ekologisk bomull och återvunnen polyester ingår i klänningen ur Conscious Exclusive, våren 2012.



Vd Karl-Johan Persson och Bangladeshs premiärminister Sheikh Hasina.

skedde 2010 har H&M fortsatt att driva frågan. Vd Karl-Johan Persson besökte under 2012 Bangladeshs premiärminister Sheikh Hasina, med uppmärksamheten att minimilönerna höjs samt revideras årligen. Där, liksom i flera andra länder, vill H&M se bestående förbättringar som förhandlats fram av arbetsgivare och arbetstagare. Detta bör ske genom kollektivavtal som kommer alla textilarbetare till godo oavsett vem de producerar för. I Kambodja kommer H&M att starta ett projekt tillsammans med IF Metall för att lära ut den svenska arbetsmarknadsmodellen med fungerande förhandlingsmetoder, skyddsombud och arbetstagar-kommittéer.

Genom att förbättra dialogen mellan arbetsgivare och arbetstagare och stärka de lokala textilarbetarnas inflytande över sina egna arbetsvillkor vill H&M bidra till att skapa stabilitet på arbetsmarknaden. Textilindustrin är motorn till utveckling för flera länder och H&M satsar därför även mycket på att ytterligare höja kompetensen och öka yrkeskunnandet inom branschen.

H&M:s hållbarhetsarbete har lett

till viktiga framsteg på flera områden. Men liksom inom lönefrågan, som är en komplex strukturfråga för textilindustrin, återstår stora utmaningar även på andra områden. För att möta dem krävs samarbeten mellan olika intressenter, och för att H&M hela tiden ska ligga i framkant krävs också att alla avdelningar inom H&M-koncernen tar ansvar. Frågor om hållbarhet särbehandlas därför inte, utan finns närvarande överallt i verksamheten. Hållbarhetsfunktionen består av cirka 120 medarbetare varav cirka 20 specialister på hållbarhetsavdelningen, som ansvarar för att det finns en tydlig gemensam vision och riktning för arbetet. Här bedöms effekterna av alla de aktiviteter som bedrivs och dessutom ges stöd och expertråd till kollegor på andra avdelningar. Cirka 100 personer arbetar i nära samarbete med H&M:s leverantörer för att säkra goda arbetsvillkor i leverantörernas fabriker, se till att miljökraven uppfylls samt stödja ständiga förbättringar inom hållbarhetsområdet.

Det integrerade hållbarhetsarbetet innebär att alla inom H&M gemensamt arbetar utifrån visionen att all H&M:s verksamhet ska drivas på ett sätt som är ekonomiskt, socialt och miljömässigt hållbart. Det är en viktig förutsättning för fortsatt framgång på lång sikt.

För att visionen även ska bli praktik har sju tydliga och långsiktiga åtaganden formulerats – dessa ska alla i koncernen arbeta efter. En mängd aktiviteter bedrivs under varje åtagande. De går under namnet H&M Conscious Actions och omfattar plaggens hela livscykel. Här följer en kort

> H&M:s fullständiga hållbarhetsrapport finns på hm.com och följer riktlinjerna för hållbarhetsredovisning enligt Global Reporting Initiative (GRI). På hm.com/conscious finns även hållbarhetspolicy och produktpolicy, policy för mänskliga rättigheter samt uppförandekod och kemikalierestriktioner liksom Code of Ethics i sin helhet.

beskrivning av de sju åtagandena samt ett urval aktiviteter. En mer utförlig redogörelse finns att läsa i H&M:s hållbarhetsrapport, H&M Conscious Actions Sustainability Report 2012, på hm.com/consciousactions2012.

1. ERBJUD MODE FÖR MEDVETNA KUNDER

H&M tar fram allt fler plagg i mer miljösmarta material och är sedan 2010 världens största användare av ekologisk bomull. Målet är att senast år 2020 ska all H&M:s bomull komma från mer hållbara källor. Under 2012 ökades denna andel till 11,4 procent från 7,6 procent. Bomull från mer hållbara källor är ekologisk bomull, återvunnen bomull samt bomull odlad under Better Cotton Initiative, som förbättrar sociala och miljömässiga förhållanden inom traditionell odling.

H&M vill uppmuntra till medvetna val och skapar under etiketten "H&M Conscious" specialkollektioner i miljösmartare material som



H&M:s höstkollektion All for Children.

återvunnen polyester, återvunnen ull och ekologisk hampa, men även kollektioner där en del av försäljningen går till sociala projekt. Ett exempel är barnklädeskollektionen All for Children som säljs till förmån för UNICEF:s arbete för barn i utvecklingsländer. Försäljning av badkollektionen H&M for Water bidrar till WaterAid:s arbete med att öka tillgången till rent vatten på platser där detta är en bristvara.

2. VÄLJ OCH BELÖNA ANSVARSFULLA PARTNERS

H&M har metoder för att välja bästa möjliga leverantörer och hjälper dem sedan att utvecklas vidare. Leverantörerna graderas efter hur väl de lever upp till H&M:s sociala och miljömässiga krav.

3. VAR ETISK

H&M har ett ansvar att alltid agera med integritet och styrs av starka



Leverantör i Jilong Huidong, i den kinesiska provinsen Guangdong.

värderingar som vilar på en grundläggande respekt för individen. För att ytterligare understryka åtagandet att respektera mänskliga rättigheter har H&M infört en ny policy för detta engagemang. Policyen utgår från FN:s vägledande principer för företag och mänskliga rättigheter. H&M strävar efter att vara en god arbetsgivare och ska säkerställa att medarbetarnas rättigheter inte kränks. Detsamma gäller anställda hos H&M:s leverantörer och andra samarbetspartners samt kunderna i deras kontakt med H&M. H&M tar avstånd från all form av diskriminering.

H&M tar också tydligt avstånd från all form av korruption och har en antikorrupcionspolicy, Code of Ethics, som beskriver på vilket sätt medarbetarna ska förhålla sig gentemot bolaget och i affärsrelationer med leverantörer och andra samarbetspartners. För dessa finns en motsvarande policy. H&M är även medlem i Transparency International Sverige som Corporate Supporter sedan januari 2013. Transparency International är en oberoende global organisation som bekämpar all form av korruption och arbetar för ökad transparens i både privat och offentlig sektor.

4. VAR KLIMATSMART

För att vara klimatsmart strävar H&M efter att vara så energieffektiv som möjligt, använda mer förnybar energi, samt inspirera till minskad klimatpåverkan i produkternas hela livscykel. Butikerna står för cirka 90 procent av den elektricitet H&M använder och målet är att minska åtgången per kvadratmeter i butikerna med 20 procent till år 2020 jämfört med 2007. En långsiktig ambition är att all elektricitet i den egna verksamheten ska komma från förnybar energi. H&M siktar på ett trendbrott där klimatpåverkan från den egna verksamheten minskar i absoluta tal senast 2015. Så mycket som en tredjedel av ett plagg's totala klimatpåverkan sker emellertid när kläderna tvättas och vårdas. Därför ger H&M kunderna råd om hur plaggen kan tvättas och skötas mer miljömäta.



Energiåtgången i H&M:s butiker minskar bland annat tack vare bättre anpassad belysning.



H&M arbetar aktivt för goda arbetsförhållanden i leverantörsledet.

5. MINSKA, ÅTERANVÄND, ÅTERVINN

Genom att utnyttja resurser på bästa sätt och undvika restavfall i varje steg av varornas livscykel kan miljöpåverkan begränsas. H&M är det första modeföretaget som lanserar ett världsomspännande klädsamlingsinitiativ. Från 2013 kan kunderna lämna in använda plagg i utvalda H&M-butiker på samtliga 48 marknader. Alla kläder, oavsett märke och skick, accepteras. De insamlade plaggen tas om hand av H&M:s partner I:Collect, som har den infrastruktur som krävs för att återvinna textilierna så att de kan användas på nytt.

6. ANVÄND NATURRESURSER ANSVARSFULLT

För att bidra till ökad hållbarhet förbinder sig H&M att använda naturresurser på ett ansvarsfullt sätt. H&M ingick 2012 ett treårigt partnerskap med WWF, där H&M förbinder sig att bidra till ansvarsfullt nyttjande av vattenresurser genom produkternas hela livscykel. H&M:s strävan är att minska riskerna i företagets verksamhet, skydda miljön och trygga tillgången till vatten.

H&M har strikta kemikalierestriktioner som uppdateras frekvent. H&M har till exempel förbjudit användningen av perfluorerade ämnen, som används som vattenavvisande funktion, och från 1 januari 2013 beställs inga produkter med perfluorerade ämnen. H&M samarbetar även med andra klädföretag med den gemensamma målsättningen att

H&M:s partnerskap med WWF är det första globala vattensamarbetet i sitt slag och sätter en ny standard i modebranschen.”

Jim Leape, generalsekreterare WWF International

inga skadliga kemikalier alls ska släppas ut från tillverkningen senast 2020.

7. STÖTTA SAMHÄLLS-UTVECKLINGEN

H&M arbetar aktivt och långsiktigt för att bidra till bättre förhållanden för många människor. Hälsa och utbildning är viktiga områden. Ett av många exempel är projektet All for Children, H&M:s samarbete med UNICEF, som sedan 2009 ger barn i bomullsproducerande områden i Indien möjlighet att gå i skolan samt förbättrar deras tillgång till hälsovård. H&M har utökat UNICEF-samarbetet till att inkludera även Bangladesh där H&M bidrar med cirka 8 miljoner USD. Projektet löper under fem år med målet att förbättra tillgången till utbildning, grundläggande livskunskap och sociala skyddsnät för 40 000 barn i åldrarna 3 till 14 år i slumområden i huvudstaden Dhaka.

H&M:s projekt hjälpte leverantörer att spara

450

miljoner liter vatten 2012.

En DYNAMISK arbetsplats

H&M drivs av en tro på människan och en strävan att alltid överträffa kundernas förväntningar. Det skapar en dynamisk arbetsplats där ständiga förbättringar och lagarbete är nyckeln till framgång.

VÅRA MEDARBETARE

Starka och tydliga värderingar fungerar som riktmärken för det gemensamma arbetet på H&M. Ända sedan starten av den första butiken 1947 har H&M-andan vilat på en grundläggande respekt för individen och en tro på människans förmåga att ta egna initiativ. Lagarbete, öppenhet, entreprenörsanda, enkelhet och kostnadsmedvetenhet är andra gemensamma värderingar som är viktiga i H&M-kulturen, liksom en strävan efter ständiga förbättringar. H&M-andan gör H&M till en attraktiv arbetsplats för medarbetare som vill utvecklas och uppmuntras att nå sin fulla potential.

Ingen karriär är utstakad i förväg. I stället har alla som arbetar på H&M möjlighet att växa tillsammans med företaget och byta inriktning, beroende på var den egna styrkan ligger. På H&M används arbetsrotation flitigt och av medarbetarna i ansvarsposition är de allra flesta internrekryterade.

På H&M anförtrors varje medarbetare eget ansvar från första dagen. Så länge man har med sig rätt inställning och ett intresse för mode, går allt annat att lära sig under resans gång.

Det symboliska ledarskapet är en del av lagarbetet och på H&M handlar

ledarskap om att inspirera, delegera, återkoppla och motivera. I kollegor som vågar utmana sig själva ser nya medarbetare att det är möjligt för alla att växa. Medarbetare som utvecklas blir lojala, engagerade och bidrar till en stark och stabil organisation.

För att uppmuntra och uppmärksamma långsiktigt engagemang samt ytterligare stärka H&M som en attraktiv global arbetsgivare införde H&M 2011 ett belöningsprogram för alla anställda, H&M Incentive Program. Programmet omfattar alla anställda enligt samma grundprincip oavsett befattning och lönenivå.

Butikerna är hjärtat i H&M, det är där kunderna möter affärsidén – mode och kvalitet till bästa pris. Efter som allt H&M gör utgår från kunden och kunderbjudandet värderas butiksarbete högt oavsett vilken roll medarbetarna söker sig till. Och oberoende av yrkesinriktning ska alla inom H&M arbeta i butik regelbundet för att vara nära kunderna. Sammanlagt finns fler än 2800 butiker och de ligger alltid i de bästa och mest attraktiva shoppingområdena världen över. Butikerna är en dynamisk arbetsplats där flera yrkesroller samarbetar, till exempel





Välkommen till H&M! Medarbetare i H&M:s butik på Regent Street i London.

På H&M kan jag växa. Allt jag ger, det får jag tillbaka. Människorna jag arbetar tillsammans med tror på mig, pushar mig och jag vågar tänja på mina gränser.”



Giada Scarafie
Sales Advisor

sales advisors, visual merchandisers och controllers.

Yrkesrollerna är många och skiftande. Utöver i butikerna och inom shop online-delen samt på regions-, lands- och produktionskontor runt om i världen finns en mängd roller. Många arbetar inom områden som design, inköp, hållbarhet, marknadsföring, logistik, inredning, human resources, IT och ekonomi. Som ett etiskt företag

Expansionen gör att det finns så många karriärvägar att välja på.”



Jonathan Stubbs
Visual Manager

H&M växte med
10 000
nya medarbetare
2012

strävar H&M efter ökad hållbarhet i alla delar av verksamheten. En öppen och konstruktiv dialog med fackföreningar och andra arbetstagarorganisationer som medarbetarna frivilligt väljer att låta sig representeras av, är också en del av H&M:s strävan att vara en god arbetsgivare.

H&M växer med nya kunder och medarbetare i fem världsdelar. Bara under 2012 ökade antalet medarbetare med cirka 10 000 och i dag arbetar över 104 000 engagerade människor inom H&M runt om i världen. Det starka kunderbjudandet uppskattas på alla marknader och utsikterna är därför goda för en fortsatt framgångsrik expansion under många år. H&M expanderar parallellt i nya länder och på existerande marknader, liksom med alla redan befintliga varumärken och med nya koncept. Samtidigt är ambitionen att hela tiden ligga i absolut framkant inom mode och hållbarhet globalt. Det externa rekryteringsbehovet är därför stort och medarbetarna står inför en mängd olika karriärmöjligheter.

De framgångar H&M uppnått bygger på en gemensam strävan att hela tiden överträffa kundernas förväntningar. För att lyckas med det krävs ett väl fungerande lagarbete. Alla i laget fyller en funktion – oavsett om det handlar om att öppna den första H&M-butiken i ett nytt land, skapa nästa framgångsrika kollektion, säkra att rätt vara kommer till rätt plats vid rätt tidpunkt, eller att varje dag ge kunderna den bästa tänkbara servicen. Medarbetare med olika erfarenhet, ålder och bakgrund delar



Gladys David
Team Leader

Alla arbetar tillsammans och hjälper varandra, oavsett roll eller position. Vi är verkligen ett team.”

med sig av sina egna idéer och sitt yrkeskunnande.

H&M har kunder världen över och att arbeta i en av koncernens butiker betyder också att representera H&M. Med sina olika stilar, drömmar och förväntningar skapar medarbetarna ett kreativt, kundfokuserat och ansvarsfullt globalt företag som erbjuder mode för alla.



Butikerna är hjärtat i H&M.

Medarbetarna VÄXER med H&M

H&M styrs av starka värderingar och expanderar världen över. För medarbetarna innebär det unika möjligheter till utveckling.

H&M:s SJÄL OCH HJÄRTA

H&M strävar efter att vara en inkluderande arbetsplats där medarbetarna agerar med integritet, behandlar varandra med respekt och värdighet, och där mångfald och jämlikhet uppmuntras.

En av nycklarna till en långsiktig, framgångsrik utveckling är H&M:s starka värderingar, som genomsyrar hela företaget och fungerar som riktmärken för hur alla inom koncernen arbetar tillsammans. De gemensamma värderingarna sammanfattas i H&M-andan och bygger på en grundläggande respekt för individen och en tro på människans förmåga att ta egna initiativ. H&M-andan har funnits sedan starten av den första butiken 1947.

Flexibilitet, ödmjukhet och prestigelöshet har vävts in i de gemensamma värderingarna och skapar en arbetsplats där beslutsvägar är korta, där alla kan arbeta tillsammans i ett snabbt tempo och lita på varandras kunskap och förmåga.

Tillsammans formar värderingarna en kultur som gör H&M unikt.

*Vi tror på
MÄNNISKAN*

Vi är ett TEAM

*RAKT på sak
med ÖPPET sinne*

ENKELHET

*ENTREPRENÖRS-
ANDA*

*Ständiga
FÖRBÄTTRINGAR*

*KOSTNADS-
MEDVETENHET*

*> Mer om karriär-
vägar, arbetsområ-
den och H&M som
arbetsgivare finns
att läsa på hm.com.*

STORA MÖJLIGHETER FÖR VARJE MEDARBETARE

Stora möjligheter att växa och avancera i ett av världens ledande modeföretag.

Internutbildning och kompetensutveckling öppnar dörren till nya karriärmöjligheter.

Utvärderingar och en öppen dialog – medarbetarnas utveckling är en integrerad del av H&M:s utveckling.

En stor respekt för individen – alla har samma möjligheter att växa och utvecklas.

H&M Incentive Program – belöningsprogram som uppmuntrar långsiktigt engagemang och omfattar alla anställda.

H&M:s ambition är att vara i framkant inom mode och hållbarhet. Alla medarbetare kan bidra till mer hållbart mode, i dag och i framtiden.

Alla anställda har rabatt när de handlar hos H&M:s alla varumärken – över hela världen.



BELÖNINGSPROGRAM FÖR ALLA MEDARBETARE

Medarbetarna är nyckeln till H&M:s framgång och för att visa sin uppskattning startade H&M 2011 ett långsiktigt belöningsprogram för alla anställda, H&M Incentive Program.

Programmet påbörjades med en gåva från familjen Stefan Persson om drygt 4 miljoner H&M-aktier till ett värde av cirka 1 miljard kronor till en svensk stiftelse, Stiftelsen H&M Incentive Program. Syftet är att uppmärksamma och uppmuntra långsiktigt engagemang samt att ytterligare stärka H&M som en attraktiv global arbetsgivare.

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 kvalifikations-tiden, vilken uppgår till fem år, om inte lokala regler kräver annat.

*Fler än
104 000
medarbetare
världen över.*

Centro Santa Fé, Mexico City.



Inför öppningen i Mexico City.



Siam Paragon, Bangkok.



LOT 10, Bukit Bintang, Kuala Lumpur.

Lincoln Road, Miami Beach.



Lincoln Road, Miami Beach.



GLOBAL *expansion*

H&M växer med kvalitet, hållbarhet och hög lönsamhet. Ett starkt erbjudande som uppskattas av kunder världen över ger goda möjligheter till många år av fortsatt framgångsrik expansion.



Galerija Centrs, Riga.



Lincoln Road, Miami Beach.

H&M erbjuder inspirerande köpplevelser i butik såväl som online och attraherar modeintresserade i hela världen. Det som startade med en damklädesaffär i Västerås 1947 är i dag ett ledande, globalt modeföretag med kunder världen över och även ett av världens högst rankade varumärken.

H&M växer med samtliga varumärken och nya koncept och det finns fortsatta expansomöjligheter för koncernen såväl på alla befintliga marknader som i nya länder. H&M växer med 10–15 procent nya butiker om året och då ingår också COS, Monki, Weekday, Cheap Monday, H&M Home samt, från och med våren 2013, det nya varumärket & Other Stories.

H&M erbjuder mode och kvalitet till bästa pris. Sortimentets bredd och variation är en styrka. Kollektionerna spänner från de allra senaste trenderna till de bästa basplaggen – för dam, herr, barn och ungdom. Utbudet uppskattas lika mycket av de som shoppar på världsmetropolernas paradgator som av kunder i stora köpcentra eller på gångstråken i mindre städer.

För 2012 skrevades expantions-takten för koncernen upp och 304 nya butiker netto öppnades, jämfört med de 275 som hade planerats ursprungligen. Vid utgången av räkenskapsåret 2012 fanns totalt 2 776 butiker i 48 län-

der. Butiker öppnade världen över. Flest nya butiker netto öppnades i Kina och USA men även Ryssland, Italien, Polen, Frankrike, Spanien och Storbritannien var stora expansomarknader.

Bara under de senaste två åren har H&M etablerats i tio nya länder. 2012 fick Bulgarien, Lettland, Malaysia, Thailand (via franchise) och Mexiko sina första H&M-butiker. Kundernas respons har varit enormt positiv på samtliga nya marknader. Tusentals människor har köat för att få handla redan första dagen, vilket visar på ett mycket stort intresse för H&M.

Även under 2013 planeras fem nya marknader: Chile, Estland, Litauen, Serbien och (via franchise) Indonesien.

Med öppningen i Santiago de Chile tar H&M steget till södra halvklotet. Butiken i två plan på bästa läge i shoppinggallerian Costanera Center är H&M:s första i Sydamerika. Potentialen till fortsatt expansion i denna modemedvetna region är stor, liksom i andra delar av världen.

Den globala detaljhandeln är i ständig utveckling, stadsbilder förändras och H&M:s butiker ska alltid finnas på bästa affärsfärd. Genom att inte äga butikslokalerna, utan i stället hyra dem på tidsbegränsade kontrakt, har H&M flexibiliteten att alltid finnas i de

bästa shoppinggallerierna och på de mest attraktiva gatulägena.

Alla butikerna ska kännas spännande, inbjudande och representera H&M:s varumärke. Därför fräschas beståndet upp kontinuerligt. Hållbarhet är ett nyckelord såväl när nya butiker byggs som vid renoveringar. Belysningen är till exempel viktig för att skapa en inspirerande miljö och sätta fokus på kollektionerna – därför eftersöks hela tiden mer energieffektiva och miljöanpassade lösningar. Ambitionen är också att använda material som håller i längden. Det ska också vara enkelt för kunderna att bidra till ökad hållbarhet i butik. Som första modeföretag har H&M lanserat ett världsomspännande klädinsamlingsinitiativ. Från 2013 kan kunderna lämna in använda plagg i utvalda H&M-butiker på alla 48 marknader för återanvändning eller återvinning.

Alla varumärken i koncernen har sin egen identitet, vilket går igen i de olika butikerna. Under 2012 öppnade COS butiker på sex nya marknader. Överallt överträffade kundernas mottagande redan högt ställda förväntningar. COS fanns vid slutet av 2012 med 64 butiker i 15 länder och för 2013 planeras minst två nya länder, Norge och Förenade Arabemiraten. Monki har 59 butiker i nio länder och växer bland annat i Kina, Japan och Frankrike. Weekday finns i sex länder med 21 butiker och öppnar också i Japan medan Cheap Monday öppnar i Frankrike. Våren 2013 kommer en spännande nyhet – då lanseras H&M:s helt nya varumärke, & Other Stories i tio europeiska länder. De första butikerna öppnar i Barcelona, Berlin, Köpenhamn, London, Milano, Paris och Stockholm. Dessutom lanseras shop online på stories.com i Belgien, Danmark, Finland, Frankrike, Italien, Nederländerna, Spanien, Storbritannien, Sverige och Tyskland.

& Other Stories handlar om fina material, stor vikt vid detaljer och särskilt fokus på personlig stil och styling. För att ge kunderna möjlighet att vara kreativa och skapa individuella uttryck

Lincoln Road, Miami Beach.



H&M erbjuder ett brett och varierat sortiment av inspirerande mode för alla, och växer med nya butiker världen över. Det finns fortsatta expansionsmöjligheter för koncernen såväl på alla befintliga marknader som i nya länder. ”

utgör skor, väskor, smycken och skönhetsprodukter, utöver kläder, en betydande del av sortimentet.

H&M:s framgångar och goda utveckling har under åren gett koncernen en stark finansiell ställning och expansionen finansieras helt med egna medel. Det finns en handlingsfrihet att ta tillvara affärsmöjligheter, och potentialen är stor för fortsatt expansion med samtliga varumärken under många år framöver. Hela tiden med fokus på kvalitet, hållbarhet och fortsatt hög lönsamhet.

Inspirerande SHOPPING ONLINE

Trendigt, lockande och interaktivt. På en av världens mest välbesökta modesajter erbjuder H&M kunderna inspirerande köpupplevelser online.

Det är inte bara i butikerna som H&M bjuder in till inspirerande shopping-upplevelser. Att handla på nätet ska vara lika lockande, lätt och spännande som att gå in i en butik, oavsett om kunderna väljer att shoppa från en surfplatta eller smartphone, via appar eller direkt på hm.com.

H&M shop online är lättnavigerad, interaktiv och uppskattas av kunderna på samtliga åtta marknader där H&M och H&M Home erbjuder distanshandel: Sverige, Norge, Danmark, Finland, Tyskland, Nederländerna, Österrike och Storbritannien. Sedan januari 2013 är H&M shop online dessutom helt mobilanpassad. I USA, som är världens största detaljhandelsmarknad, planerar H&M att erbjuda online-handel från sommaren 2013.

Distanshandeln är ett viktigt och växande komplement till butikerna.

COS, Monki och Weekday erbjuder shop online i 18 europeiska länder. Det helt nya varumärket & Other Stories, som lanseras våren 2013, kommer att finnas både i butiker och online. & Other Stories kommer att erbjuda shop online på stories.com i tio europeiska länder.

H&M:s kommunikation är global och hm.com är en av världens mest välbesökta modesajter. Via sociala medier och appar interagerar modeintresserade från alla världens hörn med H&M. H&M är även ett av de ledande modeföretagen på Facebook, Twitter, Instagram, Google+ och YouTube, i de kinesiska sociala nätverken Youku och Sina Weibo samt på VKontakte i Ryssland. Via sociala medier sprids kännedomen om varumärket ytterligare när H&M expanderar till nya spännande platser.

Helt mobilanpassad shop online på
hm.com



De senaste kampanjerna för varje säsong finns på hm.com.



Alltid nya trendrapporter från världens modedestinationer.



Styling-tips online för en uppdaterad garderob.



H&M Life ger inspiration till en personlig stil.



Mode för dam, herr, ungdom och barn på hm.com.



H&M på 48 marknader

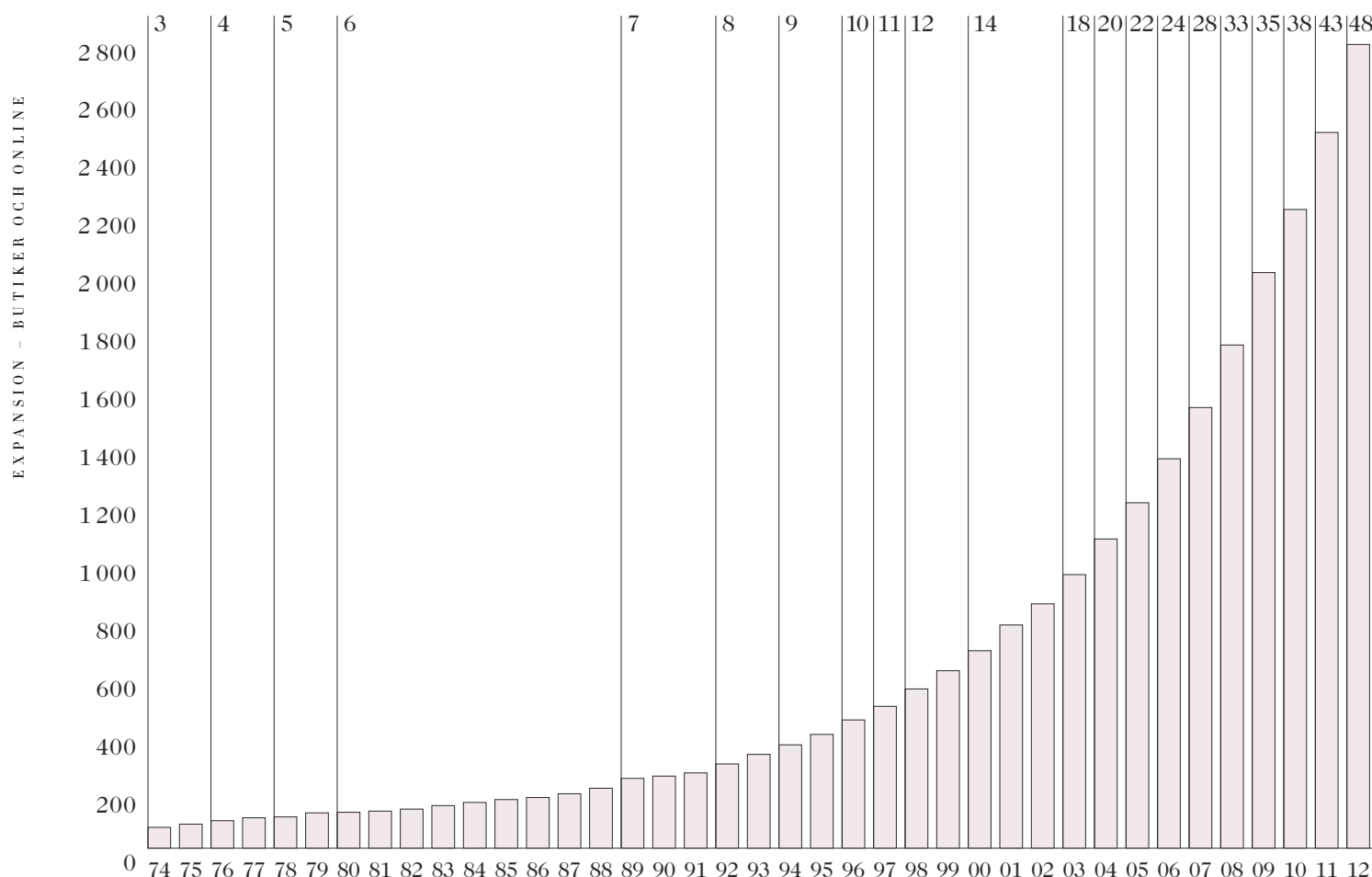
*H&M har en stark global närvaro.
Bara under 2012 öppnade 304 nya butiker
netto och fem nya marknader tillkom.*



Expansionsutveckling 1974*–2012

Antal
butiker

Antal
marknader



* Börsintroduktion 1974.

Årtal

*H&M expanderar globalt och kommer att
ha över 3000 butiker före slutet av 2013.* ”

Karl-Johan Persson, vd

MARKNADSÖVERSIKT

*Försäljning inklusive moms per land och antal butiker,
räkenskapsår 1 december – 30 november.*

Land	Omsättning 2012 inkl moms (msek)	Omsättning 2011 inkl moms (msek)	Antal butiker 30 Nov 2012	Nya butiker under året	Stängda butiker under året	Startår
Tyskland	30 303	29 721	406	22	10	1980
USA	12 550	9 691	269	39	3	2000
Storbritannien	10 413	9 227	226	18	5	1976
Frankrike	9 976	9 336	182	15	1	1998
Sverige	8 225	8 318	177	5	1	1947
Nederländerna	6 688	6 995	124	7	1	1989
Schweiz	5 821	5 995	82	3	1	1978
Spanien	5 807	5 828	146	16	2	2000
Norge	5 615	5 397	111	7		1964
Kina	5 411	3 598	134	52		2007
Italien	4 861	4 410	104	17		2003
Österrike	4 782	4 793	68	3	1	1994
Danmark	4 297	4 195	94	5	1	1967
Belgien	3 308	3 157	70	6	2	1992
Kanada	3 125	2 774	61	3		2004
Polen	2 947	2 747	103	14		2003
Japan	2 504	1 549	22	7		2008
Finland	2 429	2 379	53	8	2	1997
Ryssland	2 122	1 512	37	18		2009
Portugal	862	899	23			2003
Grekland	841	764	25	3		2007
Tjeckien	769	722	31	7		2003
Rumänien	635	331	19	8		2011
Ungern	622	496	26	6		2005
Kroatien	608	264	11	5		2011
Sydkorea	594	410	11	5		2010
Irland	581	514	16	1		2005
Slovenien	485	500	12			2004
Turkiet	443	309	11	3		2010
Singapore	409	111	2	1		2011
Luxemburg	374	385	10			1996
Slovakien	339	254	13	3		2007
Bulgarien	121		4	4		2012
Malaysia	84		2	2		2012
Mexiko	47		1	1		2012
Lettland	36		2	2		2012
Franchise ¹⁾	1 914 ²⁾	1 229 ²⁾	88	23	5	2006
Totalt	140 948	128 810	2 776	339	35	

1) Förenade Arabemiraten, Kuwait, Qatar, Saudiarabien, Egypten, Bahrain, Oman, Libanon, Israel, Marocko, Jordanien och Thailand. 2) Exklusive moms.



Klänning
199:–

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 2011-12-01 – 2012-11-30, härnäst benämnt som räkenskapsåret 2012 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, COS, Monki, Weekday, Cheap Monday samt textil heminredning på H&M Home. Från och med våren 2013 kommer även det helt nya modevarumärket & Other Stories att ingå i H&M-koncernen.

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 de allt mer medvetna kunderna.

H&M är ett designdrivet, kreativt och ansvarsfullt modeföretag som styrs av starka värderingar som 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, samt franchise. Vid utgången av räkenskapsåret fanns H&M på 48 marknader, varav 12 på franchisebasis. Det totala antalet butiker vid utgången av räkenskapsåret 2012 var 2 776, varav 88 var franchisebutiker, 64 COS-butiker, 59 Monki-butiker, 21 Weekday-butiker samt 4 Cheap Monday butiker.

H&M:s sortiment erbjuds via distanshandel i Sverige, Norge, Danmark, Finland, Nederländerna, Tyskland, Österrike och Storbritannien. H&M Home, textil heminredning, säljs via distanshandeln samt via butiker i hittills sju länder. Sedan hösten 2011 säljs COS och Monki via online i 18 länder. Under våren 2013 kommer koncernen att lansera ett helt nytt modevarumärke, & Other Stories – för mer information se avsnittet Expansion och framtida utveckling.

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 800 fristående leverantörer via H&M:s lokala produktionskontor i Asien och Europa. För att säkerställa kvaliteten på varorna och att tillverkningen sker 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, stora inköpsvoly-

mer, inga mellanhänder, 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. Därför satsar H&M stora resurser på ökad hållbarhet i alla led. 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 klädernas hela livscykel och i de samhällen där H&M verkar.

H&M:s hållbarhetsarbete bygger på ett socialt och miljömässigt engagemang som placerar H&M i framkant av klädbranschen globalt. Handel mellan länder är en viktig källa till ekonomisk tillväxt världen över. Som globalt detaljhandelsföretag verkar H&M som köpare och säljare på många marknader. H&M bidrar till över en miljon arbetstillfällen för människor runt om i världen, till stor del i Asien. H&M använder sin storlek och sitt inflytande till att påverka samhällsutvecklingen i dessa länder i en positiv riktning och bidrar på så sätt till bättre förhållanden för många människor. H&M strävar också efter att minska påverkan på miljön i klädernas hela livscykel, från själva designiden till att uppmuntra kunderna till ökad klädvård för att förlänga plaggens livslängd. H&M:s breda hållbarhetsarbete handlar också om allt från att nyttja vattenresurser ansvarsfullt, använda förnybar energi och öka butikernas energieffektivitet till att tillsammans med andra stora företag i klädbranschen påverka lönefrågan i tillverkningsländerna i rätt riktning.

H&M verkar för långsiktiga förbättringar för personalen hos leverantörerna som tillverkar H&M:s varor. H&M kräver att varje anställd hos samtliga leverantörer garanteras minst sina lagstadgade rättigheter och att leverantörerna efterlever H&M:s uppförandekod. Det gäller bland annat viktiga frågor som löner, säkerhet och hälsa. På H&M:s produktionskontor arbetar cirka 100 specialiserade hållbarhetsexperten som arbetar för att stödja ständiga förbättringar inom hållbarhetsområdet och regelbundet auditerar att leverantörerna följer H&M:s uppförandekod. Detta görs främst med hjälp av uppförandekoden som utgångspunkt men även utifrån aktiviteter såsom utbildningar, projekt, samarbeten etc som syftar till att förbättra arbetsförhållanden hos leverantörerna.

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 är en stödfunktion för funktionerna i hållbarhetsfrågor. Ett fokusområde är bland annat att utveckla hållbara material och produktionsmetoder som till exempel användning av ekologisk bomull.

H&M:s målsättning är att all bomull i sortimentet ska komma från mer hållbara källor senast 2020, och medverkan i Better Cotton Initiative (BCI) är huvudsatsningen för att nå målet. H&M är en av de drivande krafterna bakom BCI 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 den största köparen i världen av ekologisk bomull under 2011.

H&M:s fullständiga hållbarhetsredovisning publiceras årligen på hm.com/csr och följer riktlinjerna för hållbarhetsredovisning enligt Global Reporting Initiative (GRI). På hm.com finns även hållbarhetspolicy och produktpolicy, uppförandekod och kemikalierestriktioner samt Code of Ethics i sin helhet.

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 104 000 medarbetare. Medelantalet anställda i koncernen, omräknat till heltidstjänster, uppgick till 72 276 (64 874), varav 6 220 (5 855) i Sverige.

Av de anställda var 78 procent kvinnor och 22 procent män. Av de anställda som har ansvarspositioner i företaget, som till exempel butikschefer och landschefer, var 74 procent kvinnor.

FÖRSÄLJNING OCH RESULTAT

Omsättningen inklusive moms ökade i lokala valutor med 11 procent under räkenskapsåret. Försäljningen i jämförbara enheter ökade med 1 procent. Efter omräkning till SEK ökade omsättningen inklusive moms till MSEK 140 948 (128 810). Exklusive moms ökade omsättningen till MSEK 120 799 (109 999).

Koncernens bruttoresultat för räkenskapsåret 2012 uppgick till MSEK 71 871 (66 147), en ökning med 9 procent. Det motsvarar en bruttomarginal om 59,5 procent (60,1).

Rörelseresultatet uppgick till MSEK 21 754 (20 379). Det motsvarar en rörelsemarginal om 18,0 procent (18,5).

Rörelseresultatet för räkenskapsåret 2012 har belastats med avskrivningar om MSEK 3 705 (3 262).

Koncernens positiva finansnetto uppgick till MSEK 531 (563).

Resultatet efter finansiella poster uppgick till MSEK 22 285 (20 942).

Koncernens resultat efter en skattesats på 24,3 procent (24,5) blev för räkenskapsåret 2012 MSEK 16 867 (15 821), vilket motsvarar ett resultat per aktie på SEK 10:19 (9:56), en ökning med 7 procent.

Årets resultat innebar en avkastning på eget kapital om 38,4 procent (35,8) och en avkastning på sysselsatt kapital om 50,3 procent (47,1).

RESULTATKOMMENTAR

H&M finns på 48 marknader och konsumtionsklimatet för klädhandeln i de olika länderna var mycket skiftande under 2012. I denna miljö fortsatte H&M att ta marknadsandelar tack vare det starka kunderbudandet – mode och kvalitet till bästa pris. Försäljningen ökade med 11 procent i lokala valutor och med 1 procent i jämförbara enheter. Försäljningen var starkast i länder som USA, Kanada, Kina och Ryssland. Försäljningen var också mycket bra på de fem nytilkomna H&M-marknaderna Bulgarien, Lettland, Malaysia, Thailand och Mexiko. Det är främst i södra Europa som konsumtionen har påverkats av den ekonomiska oron, vilket även återspeglats i H&M:s försäljning i länder som till exempel Grekland, Spanien, Portugal

och Italien. H&M har dock fortsatt att utvecklas väl relativt marknaden i dessa länder där koncernen ser fortsatta expansionsmöjligheter.

Koncernens övriga varumärken COS, Monki, Weekday och Cheap Monday fortsätter att expandera. Framför allt har COS, som har fortsatt att utvecklas över bolagets högt ställda förväntningar, expanderat kraftigt med 19 nya butiker och sex nya länder. Vid räkenskapsårets slut fanns det 64 COS-butiker i 15 länder och för 2013 planeras för en fortsatt kraftig expansion. Koncernen har under 2012 förberett för etablering av ytterligare ett nytt modevarumärke, & Other Stories, som till en början lanseras i sammanlagt tio europeiska länder. Under våren 2013 öppnar & Other Stories de första butikerna i Danmark, Frankrike, Italien, Spanien, Storbritannien, Sverige och Tyskland. Även online-handel via stories.com lanseras i dessa länder samt i Belgien, Finland och Nederländerna.

H&M-koncernens bruttomarginal för helåret uppgick till 59,5 procent (60,1). H&M:s bruttomarginal är ett resultat av många olika faktorer, såväl interna som externa, och påverkas också av de beslut H&M tar utifrån strategin att alltid ha det bästa kunderbudandet på varje enskild marknad. Externa faktorer som bomullspriser, kostnadsinflation och US-dollar, som är den mest betydelsefulla inköpsvalutan, har sammantaget haft en negativ inverkan på årets inköpskostnader.

Prisnedsättningarna i relation till omsättningen var på samma nivå som föregående år.

Under 2012 öppnades totalt 304 nya butiker netto, vilket var fler än de ursprungligen planerade 275 butikerna. Under året öppnades flest nya butiker netto i Kina och USA men även Ryssland, Italien, Polen, Frankrike, Spanien och Storbritannien var stora expansområden.

Onlinemarknaden växer alltmer – framför allt är det mobil shopping via smartphones och surfplattor som ökar kraftigt. För att möta denna snabba utveckling lanserade koncernen i januari 2013 en helt mobilanpassad H&M shop online på H&M:s befintliga åtta onlinemarknader. Parallellt med detta intensifierade H&M under hösten 2012 arbetet med online-expansionen för att framöver lansera H&M shop online på övriga marknader inom koncernen. Lanseringen av H&M shop online i USA flyttades fram till sommaren 2013 främst på grund av att mer tid behövdes för anpassningar till den amerikanska marknaden men också som en följd av de ökade satsningarna på mobilanpassad shopping.

Satsningarna inom online och IT har således fortsatt att öka under året vilket även gäller för satsningarna för utvecklandet av & Other Stories och breddningen av produktsortimentet. Många av dessa satsningar, som till stor del ännu inte genererat intäkter, syftar till att ytterligare stärka H&M:s position samt till att säkra framtida expansion. Även om detta har inneburit kostnadsökningar för koncernen är kostnadskontrollen fortsatt god. I jämförbara butiker var kostnaderna som en andel av omsättningen på samma nivå som föregående år.

Årets resultat efter skatt, som ökade med 7 procent, har påverkats av de ovan nämnda stora långsiktiga satsningarna men också av negativa valutaomräkningseffekter om cirka MSEK 290. De negativa valutaomräkningseffekterna på både årets försäljning och resultat hänför sig till den sammantagna kronförstärkningen främst gentemot euron jämfört med föregående år. Valutaomräkningseffekter uppstår vid omräkning från lokala valutor till H&M:s rapporteringsvaluta SEK.

SKATT

För räkenskapsåret 2012 blev skattesatsen 24,3 procent (24,5). Skattesatsens utfall beror på resultaten i koncernens olika bolag och bolagsskattesatserna i respektive land. Den svenska bolagsskatten har från 1 januari 2013 sänkts från 26,3 procent till 22 procent. H&M-koncernens skattesats för räkenskapsåret 2013 beräknas att bli 23–24 procent.

MODERBOLAGET

Moderbolaget hade under räkenskapsåret 2012 en extern om-sättning om MSEK 30 (24). Resultatet efter finansiella poster uppgick till MSEK 15 888 (16 451). Investeringar i anläggningstillgångar uppgick till MSEK 125 (119).

FINANSIELL STÄLLNING OCH KASSAFLÖDE

Koncernens balansomslutning per den 30 november 2012 uppgick till MSEK 60 173 (60 188).

Den löpande verksamheten genererade ett positivt kassaflöde om MSEK 18 900 (17 420). Kassaflödet påverkades av bland annat utdelningar om MSEK -15 723 (-15 723), investeringar i anläggningstillgångar om MSEK -6 827 (-5 174) och av förändringar i kortfristiga placeringar med löptid 4 till 12 månader om MSEK 3 963 (1 209). Koncernens kassaflöde för räkenskapsåret uppgick till MSEK 276 (-2 359). Likvida medel samt kortfristiga placeringar uppgick till MSEK 17 143 (21 277).

Koncernens soliditet uppgick till 72,8 procent (73,3) och andelen riskbärande kapital motsvarade 76,1 procent (74,9).

Eget kapital fördelat på de utestående 1 655 072 000 (1 655 072 000) aktierna uppgick per den 30 november 2012 till SEK 26:49 (26:65).

LIKVIDITETSHANTERING

Under 2012 har längsta placeringstid varit 11 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**EXPANSION OCH FRAMTIDA UTVECKLING**

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

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

För räkenskapsåret 2013 planeras ett nettotillskott om cirka 325 nya butiker. Under 2013 planeras flest butiker att öppnas i Kina och USA. Det finns även fortsatt stora möjligheter till expansion i bland annat Ryssland, Tyskland, Storbritannien, Italien, Polen och Frankrike.

Under 2013 planerar H&M att öppna butiker i följande fem nya länder: Chile, Estland, Litauen och Serbien samt via franchise i Indonesien.

Under första halvåret 2013 öppnar H&M sin första butik i Sydamerika i Santiago de Chile. Butiken kommer att vara en flaggskeppsbutik på bästa läge i shoppinggallerian Costanera Center. Under hösten 2013 öppnas de första H&M-butikerna i Litauen – en i Vilnius och en i Klaipėda. I höst öppnas också de tre första H&M-butikerna i Tallinn i Estland och även de första två H&M-butikerna i Belgrad, Serbien. Under hösten 2013

öppnas den första H&M-butiken via franchise i Jakarta, Indonesien. Samarbetet sker med franchisetagaren J.S. Gill.

Under sommaren 2013 planerar H&M att starta online-försäljning i USA, världens största onlinemarknad.

Expansionen för koncernens övriga varumärken COS, Monki, Weekday och Cheap Monday fortsätter. Bland annat kommer COS att under våren 2013 öppna sin första butik i Oslo i Norge och även i Dubai i Förenade Arabemiraten. Monki och Weekday öppnar sina första butiker under våren i Japan och Monki öppnar dessutom under våren sin första butik i Paris i Frankrike. Cheap Monday öppnar sin första butik i Paris i Frankrike under hösten. Utöver detta kommer Weekday att lansera online-handel i 18 länder under 2013. Även H&M Home kommer att fortsätta att expandera.

Det nya varumärket & Other Stories lanserar sina kollektioner i tio europeiska länder under våren 2013. De första butikerna öppnar i Barcelona, Berlin, Köpenhamn, London, Milano, Paris och Stockholm. Dessutom lanseras en shop online på stories.com i Belgien, Danmark, Finland, Frankrike, Italien, Nederländerna, Spanien, Storbritannien, Sverige och Tyskland.

RIKTLINJER FÖR ERSÄTTNING TILL LEDANDE BEFATTNINGSHAVARE

Vid årsstämman den 3 maj 2012 beslutades i enlighet med aktiebolagslagen om riktlinjer för ersättning till ledande befattningshavare inom H&M. Nedanstående riktlinjer gäller fram till årsstämman 2013.

Begreppet ledande befattningshavare omfattar vd, övrig koncernledning, landschefer samt vissa nyckelpersoner. Antalet personer som räknas in i begreppet ledande befattningshavare är för närvarande cirka 40.

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 över 30 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.

PENSIONS-VILLKOR 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 en viss procentandel av den av årsstämman beslutade ökningen av utdelningen samt måluppfyllelsen inom respektive ansvarsområde. För vd grundar sig bonusen på 0,3 procent av utdelningsökningen, dock maximalt MSEK 0,9 netto efter skatt. För försäljningschefen grundar sig bonusen på 0,2 procent av utdelningsökningen, dock maximalt MSEK 0,6 netto efter skatt. För övriga personer gäller 0,1 procent av utdelningsökningen, dock 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 styrelseordförande erhålla engångsbelopp, dock maximalt 30 procent av den fasta årslönen.

ÖVRIGT

Styrelsen får frågå riktlinjerna, om det i enskilda fall finns särskilda skäl för det.

STYRELSENS FÖRSLAG TILL ÅRSSTÄMMAN 2013

- FÖR RIKTLINJER FÖR ERSÄTTNING TILL LEDANDE BEFATTNINGSHAVARE
Styrelsens förslag till riktlinjer inför årsstämman 2013 skiljer sig något från ovanstående riktlinjer.

Förslaget till årsstämman 2013 skiljer sig från 2012 års riktlinjer avseende stycket om rörlig ersättning. I övrigt är förslaget till riktlinjer för ledande befattningshavare detsamma, förutom att antalet länder som omfattas uppgår till över 35 länder.

Se nedan förslaget som i korthet handlar om att kopplingen till utdelningsökningen föreslås tas bort, att målkriterierna är tydligt definierade samt att taket för maximal bonus är exakt detsamma som under tidigare år och precis som tidigare ska beloppet investeras i H&M-aktier som ska behållas i minst fem år.

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 styrelseordförande erhålla engångsbelopp, dock maximalt 30 procent av den fasta årslönen.

- FÖR BELÖNINGSPROGRAMMET H&M INCENTIVE PROGRAM

Styrelsen i H&M kommer inför årsstämman 2013 att lägga fram ett nytt förslag för på vilka grunder kommande avsättningar för belöningsprogrammet H&M Incentive Program (HIP) ska göras. Förslaget till ändring för HIP kommer i likhet med förslaget till ändring för riktlinjer för ledande befattningshavare att innehålla följande förändring: att kopplingen till utdelningsökningen för programmet tas bort som grund för framtida avsättningar till HIP. Mer information om förslaget för ändring av avsättning till HIP kommer att presenteras i kallelsen till årsstämman 2013 och även på hm.com.

BOLAGSORDNING, ÅRSSTÄMMA

Styrelsen i H&M ska enligt H&M:s bolagsordning bestå av minst tre och högst tolv stämموvalda 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. Bolagsstämma beslutar även om ändringar i bolagsordningen.

ANTAL AKTIER ETC

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). A-aktien är inte noterad. B-aktien är noterad vid Stockholmsbörsen, NASDAQ OMX Stockholm AB. Ramsbury Invest AB innehar samtliga 1 944 000 000 A-aktier vilka representerar 57,1 procent av rösterna samt 393 049 043 B-aktier vilka representerar 11,5 procent av rösterna. Detta innebär att Ramsbury Invest AB per den 30 november 2012 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. De aktier som Stefan Persson tidigare ägt privat tillfördes under 2011 till Ramsbury Invest AB som aktieägartillskott, därmed har Stefan Persson inget privat aktieinnehav i H&M per den 30 november 2012.

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. De flesta kan hanteras genom interna rutiner, medan vissa i högre utsträckning styrs av yttre faktorer.

Risker och osäkerhetsfaktorer finns relaterat till modet, vädersituationer, makroekonomiska förändringar, klimatförändringar, handelsinterventioner, externa faktorer i produktionsländerna och valutor 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. Sammantaget handlar det om att varje kollektion ska ha den rätta kombinationen av mode och kvalitet till bästa pris. För att öka träffsäkerheten arbetar koncernen med löpande inköp under säsong. Köpmönstren är relativt lika mellan de olika marknaderna, men det finns skillnader. Säsongstarten och säsongens längd kan exempelvis variera mellan länder. Därför anpassas både leveranstidpunkten och varuvolymen till de olika länderna och butikerna.

VÄDRET

H&M-koncernens varor köps in för att säljas i butik baserat på en normal väderlek. Avvikelse från normal väderlek kan påverka 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 förändringar i ett land/flera länder kan leda till lågkonjunktur vilket kan förändra köpbeteendet hos konsumenterna och därmed påverka koncernens försäljning. Det gäller därför att uppmärksamma sådana förändringar som kan påverka koncernens verksamhet samt att ha en flexibel inköpsmodell som kan anpassas till ändrade marknadsförutsättningar.

EXTERNA FAKTORER I PRODUKTIONSLÄNDERNA

Det finns även osäkerhetsfaktorer som är kopplade till hur externa faktorer såsom råvarupriser, transportkostnader och kapacitetsutrymme hos leverantörerna påverkar inköpskostnaderna för koncernens varor. Det gäller därför för koncernen att följa dessa förändringar på nära håll och ha utarbetade strategier för att hantera svängningar i externa faktorer på ett så fördelaktigt sätt som möjligt för både bolaget och kunderna.

KLIMATFÖRÄNDRINGAR

Det finns risker för att H&M-koncernens verksamhet kan påverkas av kommande regleringar och ökade kostnader till exempel i form av utsläppshandel och koldioxidskatter på H&M:s olika försäljningsmarknader. Dessa får i stort sett betraktas som konkurrensneutrala. De risker som kan uppstå som resultat av klimatförändringar och naturkatastrofer i främst produktionsländerna får anses som mycket begränsade med tanke på H&M:s flexibla affärsmodell som på kort tid kan anpassas efter förändrade omständigheter.

HANDELSINTERVENTIONER

Inköpskostnaderna kan påverkas av nationella beslut i form av export-/import-subventioner, 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 konkurrensneutralt.

VALUTOR

Drygt 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 transaktionsexponeringen inom koncernen. För att valutasäkra varuflöden i utländsk valuta och därmed reducera effekterna av framtida valutakursrörelser, terminssäkras löpande under året koncernens varuflöden, dvs koncernens varuinköp och motsvarande inflöden från försäljningsbolagen till det centrala inköpsbolaget 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.

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 2013 en utdelning om SEK 9:50 per aktie (9:50), vilket motsvarar 93 procent (99) av koncernens resultat efter skatt.

STYRELSENS FÖRSLAG TILL VINSTDISPOSITION

Till årsstämmans förfogande står	SEK 16 330 917 410
Styrelsen och verkställande direktören föreslår att till aktieägarna utdelas kronor 9:50 per aktie	SEK 15 723 184 000
Att som kvarstående vinstmedel balanseras	SEK 607 733 410
	SEK 16 330 917 410

Styrelsens uppfattning är att föreslagen vinstutdelning är förvarlig 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 expensionsplaner ställer på koncernens och moderbolagets egna kapital och likviditet.

KONCERNENS *resultaträkning*

{MSEK}

1 DECEMBER - 30 NOVEMBER	2012	2011
Omsättning inklusive moms	140 948	128 810
Omsättning exklusive moms, not 3, 4	120 799	109 999
Kostnad sålda varor, not 6, 8	-48 928	-43 852
BRUTTORESULTAT	71 871	66 147
Försäljningskostnader, not 6, 8	-46 608	-42 517
Administrationskostnader, not 6, 8, 9	-3 509	-3 251
RÖRELSERESULTAT	21 754	20 379
Ränteintäkter	536	568
Räntekostnader	-5	-5
RESULTAT EFTER FINANSIELLA POSTER	22 285	20 942
Skatt, not 10	-5 418	-5 121
ÅRETS RESULTAT	16 867	15 821
Årets resultat är i sin helhet hänförligt till moderbolaget H & M Hennes & Mauritz AB:s aktieägare.		
Resultat per aktie, SEK*	10:19	9:56
Antal aktier, tusental*	1 655 072	1 655 072

* Före och efter utspädning.

KONCERNENS *rapport över totalresultat*

{MSEK}

1 DECEMBER - 30 NOVEMBER	2012	2011
ÅRETS RESULTAT	16 867	15 821
Övrigt totalresultat		
Omräkningsdifferenser	-1 212	-35
Förändring i säkringsreserver	-272	-113
Skatt hänförlig till förändring i säkringsreserver	71	30
ÖVRIGT TOTALRESULTAT	-1 413	-118
TOTALRESULTAT FÖR ÅRET	15 454	15 703
Årets totalresultat är i sin helhet hänförligt till moderbolaget H & M Hennes & Mauritz AB:s aktieägare.		

KONCERNENS *balansräkning*

{MSEK}

30 NOVEMBER	2012	2011	30 NOVEMBER	2012	2011
TILLGÅNGAR			EGET KAPITAL OCH SKULDER		
ANLÄGGNINGSTILLGÅNGAR			EGET KAPITAL		
Immateriella anläggningstillgångar			Aktiekapital, not 17	207	207
Varumärken, not 11	255	302	Reserver	-1 900	-487
Kundrelationer, not 11	71	84	Balanserade vinstmedel	28 661	28 563
Hysesrätter, not 11	537	585	Årets resultat	16 867	15 821
Balanserade utgifter, not 11	631	–	SUMMA EGET KAPITAL	43 835	44 104
Goodwill, not 11	64	64			
	1 558	1 035	SKULDER		
Materiella anläggningstillgångar			Långfristiga skulder*		
Byggnader och mark, not 12	805	804	Avsättningar för pensioner, not 18	377	377
Inventarier, not 12	18 326	16 589	Uppskjutna skatteskulder, not 10	1 951	950
	19 131	17 393		2 328	1 327
Långfristiga fordringar	628	608	Kortfristiga skulder**		
Uppskjutna skattefordringar, not 10	1 624	1 234	Leverantörsskulder	4 234	4 307
SUMMA ANLÄGGNINGSTILLGÅNGAR	22 941	20 270	Skatteskulder	–	1 851
			Övriga skulder	2 765	2 428
OMSÄTTNINGSTILLGÅNGAR			Upplupna kostnader och förutbetalda intäkter, not 20	7 011	6 171
Varulager	15 213	13 819		14 010	14 757
Kortfristiga fordringar			SUMMA SKULDER	16 338	16 084
Kundfordringar	2 207	2 337	SUMMA EGET KAPITAL OCH SKULDER	60 173	60 188
Skattefordringar	477	–			
Övriga fordringar	1 056	1 375	Ställda säkerheter och eventualförpliktelser, not 22	–	–
Förutbetalda kostnader, not 13	1 136	1 110			
	4 876	4 822			
Kortfristiga placeringar, not 14	2 995	6 958			
Likvida medel, not 15	14 148	14 319			
SUMMA OMSÄTTNINGSTILLGÅNGAR	37 232	39 918			
SUMMA TILLGÅNGAR	60 173	60 188			

* Endast avsättningar för pensioner är räntebärande.

** Inga kortfristiga skulder är räntebärande.

KONCERNENS förändring i eget kapital {MSEK}

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

	AKTIEKAPITAL	OMRÄKNINGS- DIFFERENSER	SÄKRINGSRESERV	BALANSERADE VINSTMEDEL	TOTALT EGET KAPITAL
EGET KAPITAL 2011-12-01	207	-648	161	44 384	44 104
Årets resultat	–	–	–	16 867	16 867
Övrigt totalresultat					
Omräkningsdifferenser	–	-1 212	–	–	-1 212
Förändring i säkringsreserv					
Redovisat i övrigt totalresultat	–	–	128	–	128
Överföringar till resultaträkningen	–	–	-400	–	-400
Skatt hänförlig till säkringsreserv	–	–	71	–	71
Övrigt totalresultat	–	-1 212	-201	–	-1 413
Totalresultat	–	-1 212	-201	16 867	15 454
Utdelning	–	–	–	-15 723	-15 723
EGET KAPITAL 2012-11-30	207	-1 860	-40	45 528	43 835

	AKTIEKAPITAL	OMRÄKNINGS- DIFFERENSER	SÄKRINGSRESERV	BALANSERADE VINSTMEDEL	TOTALT EGET KAPITAL
EGET KAPITAL 2010-12-01	207	-613	244	44 334	44 172
Justering av ingående balans*	–	–	–	-48	-48
Justerad ingående balans	207	-613	244	44 286	44 124
Årets resultat	–	–	–	15 821	15 821
Övrigt totalresultat					
Omräkningsdifferenser	–	-35	–	–	-35
Förändring i säkringsreserv					
Redovisat i övrigt totalresultat	–	–	-368	–	-368
Överföringar till resultaträkningen	–	–	255	–	255
Skatt hänförlig till säkringsreserv	–	–	30	–	30
Övrigt totalresultat	–	-35	-83	–	-118
Totalresultat	–	-35	-83	15 821	15 703
Utdelning	–	–	–	-15 723	-15 723
EGET KAPITAL 2011-11-30	207	-648	161	44 384	44 104

* Korrigering av pensionsåtaganden från tidigare år se not 18.

KONCERNENS *kassaflödesanalys*

{ MSEK }

1 DECEMBER - 30 NOVEMBER	2012	2011
Den löpande verksamheten		
Resultat efter finansiella poster*	22 285	20 942
Avsättning till pensioner	10	120
Avskrivningar	3 705	3 262
Betald skatt	-7 021	-5 666
Kassaflöde från den löpande verksamheten före förändring av rörelsekapitalet	18 979	18 658
Kassaflöde från förändring av rörelsekapitalet		
Rörelsefordringar	-8	-244
Varulager	-1 607	-2 331
Rörelseskulder	1 536	1 337
KASSAFLÖDE FRÅN DEN LÖPANDE VERKSAMHETEN	18 900	17 420
Investeringsverksamheten		
Investeringar i hyresrätter	-125	-71
Investeringar i övriga immateriella tillgångar	-631	-
Investeringar i byggnader och mark	-63	-157
Investeringar i inventarier	-6 008	-4 946
Förändring kortfristiga placeringar, löptid 4–12 månader	3 963	1 209
Övriga investeringar	-37	-91
KASSAFLÖDE FRÅN INVESTERINGSVERKSAMHETEN	-2 901	-4 056
Finansieringsverksamheten		
Utdelning	-15 723	-15 723
KASSAFLÖDE FRÅN FINANSIERINGSVERKSAMHETEN	-15 723	-15 723
ÅRETS KASSAFLÖDE	276	-2 359
Likvida medel vid räkenskapsårets början	14 319	16 691
Årets kassaflöde	276	-2 359
Valutakurseffekt	-447	-13
Likvida medel vid räkenskapsårets slut**	14 148	14 319

* Betalda räntor uppgår för koncernen till MSEK 5 (5). Erhållna räntor uppgår för koncernen till MSEK 536 (568).

** Likvida medel och kortfristiga placeringar uppgick vid räkenskapsårets slut till MSEK 17 143 (21 277).

MODERBOLAGETS *resultaträkning*

{MSEK}

1 DECEMBER - 30 NOVEMBER	2012	2011
Extern omsättning exklusive moms	30	24
Intern omsättning exklusive moms, not 5	7 271	6 958
BRUTTORESULTAT	7 301	6 982
Försäljningskostnader, not 6, 8	-2 788	-2 235
Administrationskostnader, not 6, 8, 9	-3 281	-2 671
RÖRELSERESULTAT	1 232	2 076
Utdelning från dotterbolag	14 518	14 224
Ränteintäkter	139	151
Räntekostnader	-1	0
RESULTAT EFTER FINANSIELLA POSTER	15 888	16 451
Bokslutsdispositioner, not 23	-328	-9
Skatt, not 10	-255	-596
ÅRETS RESULTAT	15 305	15 846

MODERBOLAGETS *rapport över totalresultat* {MSEK}

1 DECEMBER - 30 NOVEMBER	2012	2011
ÅRETS RESULTAT	15 305	15 846
Övrigt totalresultat	–	–
TOTALRESULTAT FÖR ÅRET	15 305	15 846

MODERBOLAGETS *balansräkning*

{MSEK}

30 NOVEMBER	2012	2011	30 NOVEMBER	2012	2011
TILLGÅNGAR			EGET KAPITAL OCH SKULDER		
ANLÄGGNINGSTILLGÅNGAR			EGET KAPITAL		
Materiella anläggningstillgångar			Bundet eget kapital		
Byggnader och mark, not 12	47	45	Aktiekapital, not 17	207	207
Inventarier, not 12	412	396	Reservfond	88	88
	459	441		295	295
Finansiella anläggningstillgångar			Fritt eget kapital		
Aktier och andelar, not 24	588	590	Balanserade vinstmedel	1 026	903
Fordringar hos dotterbolag	950	1 177	Årets resultat	15 305	15 846
Långfristiga fordringar	13	13		16 331	16 749
Uppskjutna skattefordringar, not 10	51	63			
	1 602	1 843	SUMMA EGET KAPITAL	16 626	17 044
SUMMA ANLÄGGNINGSTILLGÅNGAR	2 061	2 284	OBESKATTADE RESERVER, NOT 25	456	128
OMSÄTTNINGSTILLGÅNGAR			SKULDER		
Kortfristiga fordringar			Långfristiga skulder		
Fordringar hos dotterbolag	12 412	10 628	Avsättning för pensioner, not 18	229	240
Skattefordran	300	–	Kortfristiga skulder*		
Övriga fordringar	43	33	Leverantörsskulder	224	212
Förutbetalda kostnader, not 13	25	14	Skatteskulder	–	445
	12 780	10 675	Övriga skulder	324	348
Kortfristiga placeringar, not 14	2 993	5 038	Upplupna kostnader och förutbetalda intäkter, not 20	280	258
Likvida medel, not 15	305	678		828	1 263
SUMMA OMSÄTTNINGSTILLGÅNGAR	16 078	16 391	SUMMA SKULDER	1 057	1 503
SUMMA TILLGÅNGAR	18 139	18 675	SUMMA EGET KAPITAL OCH SKULDER	18 139	18 675
			Ställda säkerheter	–	–
			Ansvarsförbindelser, not 26	8 376	9 321

* Inga kortfristiga skulder är räntebärande.

MODERBOLAGETS *förändring* *i eget kapital* {MSEK}

	AKTIEKAPITAL	RESERVFOND	BALANSERADE VINSTMEDEL	TOTALT EGET KAPITAL
EGET KAPITAL 2011-12-01	207	88	16 749	17 044
Årets resultat	–	–	15 305	15 305
Övrigt totalresultat	–	–	–	–
Totalresultat	–	–	15 305	15 305
Utdelning	–	–	-15 723	-15 723
EGET KAPITAL 2012-11-30	207	88	16 331	16 626

	AKTIEKAPITAL	RESERVFOND	BALANSERADE VINSTMEDEL	TOTALT EGET KAPITAL
EGET KAPITAL 2010-12-01	207	88	16 626	16 921
Årets resultat	–	–	15 846	15 846
Övrigt totalresultat	–	–	–	–
Totalresultat	–	–	15 846	15 846
Utdelning	–	–	-15 723	-15 723
EGET KAPITAL 2011-11-30	207	88	16 749	17 044

MODERBOLAGETS *kassaflödesanalys*

{MSEK}

1 DECEMBER - 30 NOVEMBER	2012	2011
Den löpande verksamheten		
Resultat efter finansiella poster*	15 888	16 451
Avsättning till pensioner	-11	17
Avskrivningar	107	95
Erhållen/betald skatt	-988	-523
Kassaflöde från den löpande verksamheten före förändring av rörelsekapitalet	14 996	16 040
Kassaflöde från förändring av rörelsekapitalet		
Rörelsefordringar	-1 805	-2 888
Rörelseskulder	10	-6
KASSAFLÖDE FRÅN DEN LÖPANDE VERKSAMHETEN	13 201	13 146
Investeringsverksamheten		
Investeringar i byggnader och mark	-6	-
Nettoinvesteringar i inventarier	-119	-119
Justering av köpeskilling/förvärv av dotterbolag	2	-10
Förändring kortfristiga placeringar, löptid 4–12 månader	2 045	3 129
Övriga investeringar	227	32
KASSAFLÖDE FRÅN INVESTERINGSVERKSAMHETEN	2 149	3 032
Finansieringsverksamheten		
Utdelning	-15 723	-15 723
KASSAFLÖDE FRÅN FINANSIERINGSVERKSAMHETEN	-15 723	-15 723
ÅRETS KASSAFLÖDE	-373	455
Likvida medel vid räkenskapsårets början	678	223
Årets kassaflöde	-373	455
Likvida medel vid räkenskapsårets slut**	305	678

* Betalda räntor för moderbolaget uppgår till MSEK 1 (0). Erhållna räntor uppgår för moderbolaget till MSEK 139 (151).

** Likvida medel och kortfristiga placeringar uppgick vid räkenskapsårets slut till MSEK 3 298 (5 716).

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 OMX Stockholm AB. 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 29 januari 2013 och föreläggs årsstämman för fastställande den 23 april 2013.

Ramsbury Invest AB:s innehav av aktier i H & M Hennes & Mauritz AB motsvarar cirka 35,5 procent av samtliga aktier och cirka 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 och inte IAS 38.57. I moderbolagets bokslut redovisas, på grund av sambandet mellan redovisning och beskattning, bokslutsdispositioner och obeskattade reserver.

Från och med räkenskapsår 2011/2012 redovisas koncernbidrag som ett moderföretag erhåller från dotterföretag som finansiell intäkt och koncernbidrag som ett moderföretag lämnar till dotterföretag redovisas antingen mot andelar i dotterföretag, dvs i likhet med aktieägartillskott, eller som kostnad på grund av sambandet mellan redovisning och beskattning.

ÄNDRADE REDOVISNINGSPRINCIPER OCH UPPLYSNINGSKRAV

Tillämpade redovisningsprinciper och upplysningskrav för 2011/2012 överensstämmer med de som tillämpades föregående år.

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). Denna standard är en del i en fullständig omarbetning av den nuvarande standarden IAS 39. Standarden innebär en minskning av antalet värderingskategorier för finansiella tillgångar och innebär att huvudkategorierna för redovisning av finansiella tillgångar och skulder är till anskaffningsvärde (upplupet anskaffningsvärde) respektive verkligt värde via resultatet. För vissa investeringar i eget kapitalinstrument finns möjligheten att redovisa till verkligt värde i balansräkningen med värdeförändringen redovisad direkt i övrigt totalresultat, där ingen överföring sker till periodens resultat vid avyttring. Vidare har nya regler införts för hur förändringar i egen kredit spread ska presenteras när skulder värderas till verkligt värde. Standarden kommer att kompletteras med regler om nedskrivningar, säkringsredovisning och borttagande ur balansräkningen. IFRS 9 måste tillämpas för räkenskapsår som påbörjas den 1 januari 2015 eller senare. I avvaktan på att alla delar av standarden blir färdiga har koncernen ej utvärderat effekterna av den nya standarden.
- IFRS 10 Koncernredovisning och ändring IAS 27 Separata finansiella rapporter – standarden ska tillämpas för räkenskapsår som börjar den 1 januari 2013 eller senare men företag inom EU kan vänta med att tillämpa standarden till 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 dotterföretag, 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 modifieringar, 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 tillämpas för räkenskapsår som börjar den 1 januari 2013 eller senare men företag inom EU kan vänta med att tillämpa standarden till räkenskapsår som börjar den 1 januari 2014 eller senare. Företag som äger andelar i dotterföretag, 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 upplysningskrav för koncernen.
- IAS 1 Presentation av övrigt totalresultat, ändring – standarden ska tillämpas för räkenskapsår som börjar den 1 juli 2012 eller senare. Förändringen innebär att grupperingen av transaktioner som redovisas i övrigt totalresultat förändras. Poster som ska återföras till resultatet skall redovisas separat skilt från de poster som ej ska återföras till resultatet. Förslaget ändrar inte på det faktiska innehållet i övrigt totalresultat utan enbart uppställningsformen.

- IAS 19 Ersättning till anställda, ändring – ska tillämpas för räkenskapsår som börjar den 1 januari 2013 eller senare (tillämpas första gången räkenskapsåret 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 hittills redovisat aktuariella vinster och förluster i resultaträkningen. När den ändrade IAS 19 träder ikraft kommer dessa att redovisas i övrigt totalresultat.

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 värdena för tillgångar och skulder under nästkommande räkenskapsår bedöms inte föreligga per 30 november 2012.

KONCERNREDOVISNINGEN

Allmänt

Koncernredovisningen omfattar moderbolaget och dess dotterbolag. 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. Koncernredovisningen upprättas enligt förvärvsmetoden. Nettotillgångarna i de förvärvade dotterbolagen bestäms utifrån en värdering till verkligt värde av tillgångar, skulder och eventalförpliktelser 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 skill-

nadsbeloppet 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. 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.

Omräkning av utländska dotterbolag

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 verksamhetsårets slut än vid verksamhetsårets 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 franchiseägare som redovisas vid leverans av varor samt franchiseavgift som redovisas vid franchiseägarens försäljning till konsument. Koncernens intäkter uppvisar säsongsvariationer. Under verksamhetsåret 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 dotterbolsaktierna 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 provas 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 anläggningstillgångar 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 förmåga 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.

Finansiella tillgångar som kan säljas

I kategorin ingår finansiella tillgångar som antingen hänförs till denna kategori vid förvärvstillfället eller som inte har klassificerats i någon annan kategori. Dessa värderas löpande till verkligt värde med värdeförändring redovisad via rapport över totalresultat i eget kapital som en verkligt värde reserv. Inga finansiella tillgångar har klassificerats i 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 säkringssyfte

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 säkrings-syfte. 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 kassaflödessäkringar eller som verkligt värdesäkringar. Under året och föregående år förelåg endast kassaflödessäkringar. Hur dessa säkringstransaktioner redovisas beskrivs nedan.

Säkring av prognostiserade valutaflöden – kassaflödessäkringar

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

Säkring av kontrakterade valutaflöden

I de fall säkring till verkligt värde tillämpas, redovisas säkringarna till verkligt värde i balansräkningen och på motsvarande sätt bokförs även det kontrakterade flödet till verkligt värde avseende den valutarisk som säkrats. Värdeförändring på derivat redovisas i resultaträkningen tillsammans med värdeförändring på den säkrade posten. För kontrakterade varuflöden kan även kassaflödessäkring tillämpas.

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 förpliktelseerna med avdrag för verkligt värde på eventuella förvaltningstillgångar redovisas under posten Avsättning för pensioner. Förmånsbestämda planer finns huvudsakligen i Sverige. 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 resultatet 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 arbetstagarna. Alectas konsolideringsgrad var 123 procent (113) per den 30 september 2012. Konsolideringsgraden beräknas som verkligt värde av förvaltningstillgångar i procent av förpliktelseerna 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 temporära 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. För att på ett lättillgängligt sätt presentera informationen i olika segment har hittills en uppdelning gjorts i tre geografiska områden: Norden, Euroländer exklusive Finland och Övriga världen. För att på ett bättre sätt spegla företagets nuvarande geografiska utbredning kommer från och med 2013 redovisningen att delas upp i följande tre segment. Europa, Asien samt Nord- och Sydamerika. Moderbolaget tillsammans med övriga 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 17 143 (21 277). 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 86

(106). En motsvarande 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. Huvuddelen av överskottslikviditeten finns i Sverige och placeras i SEK vilket minskar koncernens valutarisk. 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 resultateffekt 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 75 (60) före beaktande av skatteeffekt.

Koncernens exponering avseende utestående derivatinstrument redovisas i not 16.

Årets rörelseresultat i koncernen har påverkats av valutakursdifferenser avseende varuflöden med MSEK 161 (154).

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 motsvarande prognostiserade inflöden från försäljningsbolagen. Den genomsnittliga löptiden på utestående terminskontrakt är cirka 4 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 valutaeffekter 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 and 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 suport". I länder eller banker som innehar lägsta tillåtna långfristiga rating och negativ outlook tillåts inga nya placeringar. Maximal kreditexponering, per den 30 november 2012, motsvaras av det bokförda värdet på likvida medel MSEK 14 148 (14 319), kortfristiga placeringar MSEK 2 995 (6 958), kundfordringar MSEK 2 207 (2 337) och övrigt MSEK 786 (1 064), totalt MSEK 20 136 (24 678). Kundfordringarna fördelar sig på ett stort antal kunder med låga belopp per kund. Snittfordran var cirka SEK 2 000 (1 900). Årets kundförluster var obetydliga.

LIKVIDITETSRISK

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

	2012	2011
Norden		
Extern nettoomsättning	16 555	16 343
Rörelseresultat	619	614
Rörelsemarginal, %	3,7	3,8
Tillgångar, exklusive skattefordringar	5 812	6 301
Skulder, exklusive skatteskulder	1 778	1 496
Investeringar	436	344
Avskrivningar	321	303
Euroländer exklusive Finland		
Extern nettoomsättning	58 052	56 687
Rörelseresultat	1 881	1 486
Rörelsemarginal, %	3,2	2,6
Tillgångar, exklusive skattefordringar	17 518	17 598
Skulder, exklusive skatteskulder	3 837	3 556
Investeringar	1 951	1 796
Avskrivningar	1 518	1 450
Övriga världen		
Extern nettoomsättning	46 192	36 969
Rörelseresultat	2 909	2 989
Rörelsemarginal, %	6,3	8,1
Tillgångar, exklusive skattefordringar	17 160	15 202
Skulder, exklusive skatteskulder	3 822	3 110
Investeringar	3 576	2 543
Avskrivningar	1 607	1 274
Koncerngemensamt		
Nettoomsättning till andra segment	69 047	59 778
Rörelseresultat	16 345	15 290
Rörelsemarginal, %	23,7	25,6
Tillgångar, exklusive skattefordringar	17 582	19 853
Skulder, exklusive skatteskulder	4 950	5 121
Investeringar	864	491
Avskrivningar	259	235

	2012	2011
Elimineringar		
Nettoomsättning till andra segment	-69 047	-59 778
Totalt		
Extern nettoomsättning	120 799	109 999
Rörelseresultat	21 754	20 379
Rörelsemarginal, %	18,0	18,5
Tillgångar, exklusive skattefordringar	58 072	58 954
Skulder, exklusive skatteskulder	14 387	13 283
Investeringar	6 827	5 174
Avskrivningar	3 705	3 262

Moderbolaget tillsammans med övriga dotterbolag utan extern omsättning redovisas i ett separat segment, Koncerngemensamt.

Koncernens materiella anläggningstillgångar uppgick per den 30 november 2012 till MSEK 19 131 (17 393). Anläggningstillgångarna fördelar sig, per land, huvudsakligen i enlighet med respektive lands storlek omsättningsmässigt.

4. NETTOOMSÄTTNINGENS FÖRDELNING PER LAND

	ANTAL BUTIKER		ANTAL BUTIKER	
	2012	30 NOV. 2012	2011	30 NOV. 2011
Sverige	6 625	177	6 704	173
Norge	4 495	111	4 322	104
Danmark	3 444	94	3 362	90
Storbritannien	8 968	226	7 921	213
Schweiz	5 389	82	5 553	80
Tyskland	25 499	406	24 997	394
Nederländerna	5 608	124	5 885	118
Belgien	2 696	70	2 609	66
Österrike	3 992	68	4 002	66
Luxemburg	374	10	345	10
Finland	1 987	53	1 948	47
Frankrike	8 341	182	7 806	168
USA	11 950	269	9 209	233
Spanien	4 917	146	4 968	132
Polen	2 401	103	2 255	89
Tjeckien	642	31	603	24
Portugal	701	23	732	23
Italien	4 016	104	3 667	87
Kanada	2 802	61	2 491	58
Slovenien	405	12	420	12
Irland	495	16	441	15
Ungern	492	26	397	20
Slovakien	282	13	212	10
Grekland	685	25	621	22
Kina	4 884	134	3 283	82
Japan	2 385	22	1 476	15
Ryssland	1 824	37	1 299	19
Sydkorea	540	11	373	6
Turkiet	408	11	283	8
Rumänien	512	19	267	11
Kroatien	488	11	215	6
Singapore	383	2	104	1
Bulgarien	101	4	–	–
Lettland	30	2	–	–
Malaysia	84	2	–	–
Mexiko	40	1	–	–
Franchise	1 914	88	1 229	70
Totalt	120 799	2 776	109 999	2 472

5. ROYALTY FRÅN KONCERNBOLAG

Moderbolagets interna omsättning utgörs av erhållen royalty från koncernbolag med MSEK 7 271 (6 958).

6. LÖNER, ANDRA ERSÄTTNINGAR OCH SOCIALA KOSTNADER

2012	Styrelse, vd, koncernledning, lön	Lön övriga anställda	Sociala kostnader totalt	därav pens. totalt	därav pens. styrelse, vd, koncernledn.
Sverige, moderbolaget	77	786	391	121	23
Dotterbolag	63	15 183	3 418	157	8
Koncernen totalt	140	15 969	3 809	278	31

2011	Styrelse, vd, koncernledning, lön	Lön övriga anställda	Sociala kostnader totalt	därav pens. totalt	därav pens. styrelse, vd, koncernledn.
Sverige, moderbolaget	79	607	358	127	31
Dotterbolag	61	14 250	3 179	141	6
Koncernen totalt	140	14 857	3 537	268	37

STYRELSEARVODEN

Årets utbetalda styrelsearvoden uppgick i enlighet med årsstämmbeslut 2011 till SEK 4 850 000 (4 250 000). Styrelsearvode betalades enligt följande:

	SEK
Stefan Persson, ordförande	1 450 000
Mia Brunell Livfors	450 000
Anders Dahlvig	450 000
Lottie Knutson	450 000
Sussi Kvart	550 000
Bo Lundquist	600 000
Melker Schörling	450 000
Christian Sievert	450 000

Arvodena har utbetalats i enlighet med beslut som fattades vid årsstämman 2011. Detta betyder att arvode utgår för tiden fram tills nästa årsstämma hålls dvs, för perioden 28 april 2011 till 3 maj 2012. Utbetalning av beloppen skedde efter årsstämman 2012.

Styrelsen består från årsstämman den 3 maj 2012 av åtta stämmevalda 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.

ERSÄTTNING TILL LEDANDE BEFATTNINGSHAVARE

Baserar sig på det beslut för riktlinjer som togs av årsstämman 2012, se förvaltningsberättelsen sidorna 45–46.

ERSÄTTNING TILL VD

Ersättning till vd för räkenskapsåret 2012 i form av lön och förmåner uppgick till MSEK 12,0 (13,9) varav rörlig ersättning MSEK 0 (2,1). 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 3,6 (3,5). 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.

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 151,4 (158,6). I årets förändring av skuldförd pensionsförpliktelse ingår aktuariella vinster om MSEK 3,6 (aktuariella förluster om MSEK 19,5). Kostnaden för pension till tidigare vd ingår i posten "därav pension till styrelse, vd, koncernledning."

ERSÄTTNING TILL ÖVRIG KONCERNLEDNING

Ersättning till övrig koncernledning i form av lön och förmåner har utgått med MSEK 58,9 (61,9) varav rörlig ersättning MSEK 3,6 (7,3). Pensionskostnaden för övriga i koncernledningen uppgick under året till MSEK 16,9 (14,6). Den övriga koncernledningen bestod vid årets utgång av 16 (16) personer varav sex är kvinnor.

I ledningsgruppen ingår förutom vd de ansvariga för följande funktioner: finans, inköp, produktion, försäljning, expansion, IR, ekonomi, marknad, HR, information, hållbarhet, säkerhet, affärsutveckling, 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 2012 har rörlig ersättning om MSEK 3,9 (6,1) 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 4040404 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.

Nuvarande grunder för avsättning till H&M Incentive Program baserar sig, i normalfallet, på 10 procent av utdelningsökningen i förhållande till föregående års aktieutdelning. Beloppet för avsättningen ska dock vara högst 2 procent av den totala utdelningen. Det finns viss flexibilitet gällande föreslagna avsättningar. Ett exempel på en undantagssituation är ett år då det inte sker någon utdelningsökning. Då kan styrelsen ändå komma att föreslå årsstämman att det görs en avsättning till stiftelsen för att premiera personalen. Ett annat exempel är om utdelningsökningen ett år skulle bli oproportionellt stor och då finns i programmet det tidigare nämnda taket som är 2 procent av den totala utdelningen. Avsättningen är en kostnad för H&M-koncernen och påverkar inte det beslutade utdelningsbeloppet. Det medför inte någon utspädning av befintliga aktier.

Tillskottet till stiftelsen ska placeras i H&M-aktier. Utöver detta finns inget åtagande för H&M. Till årsstämman 2013 kommer styrelsen att föreslå att grunderna för framtida avsättningar till H&M Incentive Program ändras. Se information i förvaltningsberättelsen.

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.

De första andelarna i stiftelsen tilldelades de anställda under 2011 och baserades på intjänandeåret 2010. Det första tillskottet från H&M till stiftelsen gjordes också under 2011. Tillskottet baserades på utdelningsökningen i förhållande till föregående års aktieutdelning. Tillskottet, som gjordes efter årsstämman 2011, uppgick till MSEK 248. Kostnaden för tillskottet kostnadsfördes under andra kvartalet räkenskapsåret 2011.

Under 2012 tillfördes ingen avsättning (248) till belöningsprogrammet H&M Incentive Program då aktieutdelningen var oförändrad mellan åren 2011 och 2012, men eftersom HIP är aktieägare i H&M fick stiftelsen ta del av aktieutdelningen som utbetalades 2012.

7. MEDELANTALET ANSTÄLLDA

	2012 Totalt	Andel män %	2011 Totalt	Andel män %
Sverige	6 220	23	5 855	22
Norge	1 742	10	1 740	9
Danmark	1 433	8	1 397	8
Storbritannien	5 600	23	5 404	23
Schweiz	1 931	14	1 985	14
Tyskland	13 141	19	12 498	19
Nederländerna	2 464	14	2 403	16
Belgien	1 912	25	1 836	25
Österrike	1 873	10	1 906	9
Luxemburg	150	13	158	16
Finland	980	7	817	7
Frankrike	5 503	23	5 137	24
USA	6 538	35	5 096	34
Spanien	3 306	17	3 209	18
Polen	4 685	18	4 099	19
Tjeckien	588	9	388	10
Portugal	585	17	582	15
Italien	2 300	27	2 158	27
Kanada	1 189	21	1 142	22
Slovenien	137	13	141	13
Irland	264	16	258	18
Ungern	304	15	260	17
Slovakien	172	19	198	18
Grekland	505	17	460	17
Kina	4 325	25	3 048	26
Japan	638	41	472	43
Ryssland	1 036	26	724	26
Sydkorea	351	30	286	29
Turkiet	517	43	320	38
Rumänien	502	32	236	35
Kroatien	264	9	124	13
Singapore	200	34	51	37
Bulgarien	102	27	–	–
Lettland	51	18	–	–
Malaysia	151	62	–	–
Mexiko	32	53	–	–
Övriga länder	585	67	486	67
Koncernen totalt	72 276	22	64 874	21

8. AVSKRIVNINGAR

Avskrivningar har beräknats till 12 procent av inventariers och hyresrätters anskaffningsvärden samt till 20 procent på datautrustning, bilar och balanserade utvecklingsutgifter baserat på uppskattad nyttjandeperiod. Avskrivningar på varumärken och kundrelationer avseende FaBric Scandinavien AB beräknas till 10 procent av anskaffningsvärdet. Byggnader avskrives med 3 procent av anskaffningsvärdena. Balanserade utvecklingsutgifter har per den 30 november 2012 ännu ej tagits i bruk varför inga avskrivningar har redovisats under 2012.

På markvärden görs ingen avskrivning. I årets avskrivningar fördelar sig i resultaträkningen enligt följande:

	KONCERNEN		MODERBOLAGET	
	2012	2011	2012	2011
Kostnad sålda varor	415	366	–	–
Försäljningskostnad	3 065	2 698	–	–
Administrationskostnad	225	198	107	95
Totalt	3 705	3 262	107	95

9. REVISIONSARVODEN

	KONCERNEN		MODERBOLAGET	
	2012	2011	2012	2011
Ernst & Young				
Revisionsuppdrag	17,3	15,5	2,7	2,5
Revision utöver revisionsuppdrag	1,8	1,3	0,3	0,1
Skatterådgivning	10,5	11,4	0,1	0,1
Övriga revisorer				
Revisionsuppdrag	2,8	3,3	–	–
Totalt	32,4	31,5	3,1	2,7

10. SKATT

	KONCERNEN		MODERBOLAGET	
	2012	2011	2012	2011
<i>Skattekostnad (-) / skatteintäkt (+):</i>				
Aktuell skatt				
Periodens skattekostnad	-4 660	-5 281	-231	-600
Justerad skattekostnad avseende tidigare år	20	98	-1	-
Summa	-4 640	-5 183	-232	-600
Uppskjuten skatteintäkt (+) / skattekostnad (-) avseende:				
temporära skillnader i varulager	226	188	-	-
underskottsavdrag	36	-47	-	-
pensionsavsättningar	-	14	-13	4
periodiseringsfonder	-798	-	-	-
immateriella anläggningstillgångar	-123	16	-	-
materiella anläggningstillgångar	-201	-83	-	-
övriga temporära skillnader	-37	-26	-	-
effekt av förändrad skattesats i Sverige	119	-	-10	-
Summa	-778	62	-23	4
Totalt	-5 418	-5 121	-255	-596
<i>Avstämning mellan gällande skattesats och effektiv skattesats:</i>				
Förväntad skattekostnad enligt svensk skattesats 26,3%	-5 861	-5 508	-4 083	-4 324
Effekt av förändrad skattesats i Sverige	119	-	-10	-
Skillnad i utländska skattesatser	409	425	-	-
Ej avdragsgillt/ej skattepliktigt	-97	-152	21	-13
Övrigt	-8	16	-	-
Skatt tidigare år	20	98	-1	-
Skattefri utdelning dotterbolag	-	-	3 818	3 741
Totalt	-5 418	-5 121	-255	-596
Redovisade uppskjutna skattefordringar avser:				
Pensioner	108	108	51	63
Materiella anläggningstillgångar	61	14	-	-
Underskottsavdrag i dotterbolag	36	-	-	-
Temporära skillnader avseende varulager	1 089	851	-	-
Säkringsreserv	17	14	-	-
Andra temporära skillnader	313	247	-	-
Totalt	1 624	1 234	51	63
Redovisade uppskjutna skatteskulder avser:				
Immateriella anläggningstillgångar	224	100		
Materiella anläggningstillgångar	751	503		
Varulager	268	256		
Periodiseringsfonder	668	-		
Säkringsreserv	-	80		
Andra temporära skillnader	40	11		
Totalt	1 951	950		

Koncernen har per balansdagen inga underskottsavdrag som inte motsvaras av redovisade uppskjutna skattefordringar. Till följd av den ändring av den svenska bolagsskattesatsen från 26,3 procent till 22 procent som antogs i november 2012 och kommer att gälla för räkenskapsår som inleds efter den 1 januari 2013 har berörda redovisade värden för uppskjuten skatt räknats om. Uppskjuten skatt som förväntas återföras fram till 30 november 2013 har beräknats med nuvarande skattesats.

11. IMMATERIELLA TILLGÅNGAR

	KONCERNEN	
	2012	2011
Varumärke*		
Ingående anskaffningsvärde	470	470
Årets anskaffningar	-	-
Utgående anskaffningsvärde	470	470
Ingående avskrivningar	-168	-121
Årets avskrivning	-47	-47
Utgående ackumulerade avskrivningar	-215	-168
Utgående bokfört värde	255	302
Kundrelationer*		
Ingående anskaffningsvärde	131	131
Årets anskaffningar	-	-
Utgående anskaffningsvärde	131	131
Ingående avskrivningar	-47	-34
Årets avskrivning	-13	-13
Utgående ackumulerade avskrivningar	-60	-47
Utgående bokfört värde	71	84
Hyresrätter		
Ingående anskaffningsvärde	1 074	1 115
Årets anskaffningar	125	71
Avyttringar/utrangeringar	-45	-99
Omräkningseffekter	-60	-13
Utgående anskaffningsvärde	1 094	1 074
Ingående avskrivningar	-489	-427
Avyttringar/utrangeringar	28	63
Årets avskrivning	-125	-123
Omräkningseffekter	29	-2
Utgående ackumulerade avskrivningar	-557	-489
Utgående bokfört värde	537	585
Balanserade utgifter**		
Ingående anskaffningsvärde	-	-
Årets anskaffningar	631	-
Utgående anskaffningsvärde	631	0
Goodwill*		
Ingående bokfört värde	64	64
Justerad tilläggsköpeskilling/köpeskilling	-	-
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.

** Balanserade utgifter avser i huvudsak IT-relaterade investeringar.

En nedskrivningsprövning har gjorts under slutet av 2012 av goodwill. Nedskrivningsprövningen baseras på en beräkning av nyttjandevärdet. Nyttjandevärdet har beräknats baserat på diskonterade kassaflöden enligt prognoser för de kommande tio åren samt med en årlig tillväxttakt på 2 procent (2) efterföljande år. En diskonteringsränta om 16 procent (12) 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 & INVENTARIER

	KONCERNEN		MODERBOLAGET	
	2012	2011	2012	2011
Byggnader				
Ingående anskaffningsvärde	959	781	105	105
Årets anskaffningar	30	157	6	–
Avyttringar/utrangeringar	–	–	–	–
Omräkningseffekter	-41	21	–	–
Utgående anskaffningsvärde	948	959	111	105
Ingående avskrivningar	-252	-220	-63	-60
Avyttringar/utrangeringar	–	–	–	–
Årets avskrivning	-28	-26	-4	-3
Omräkningseffekter	11	-6	–	–
Utgående ackumulerade avskrivningar	-269	-252	-67	-63
Utgående bokfört värde	679	707	44	42
Mark				
Ingående anskaffningsvärde	97	95	3	3
Årets anskaffningar	33	–	–	–
Avyttringar/utrangeringar	–	–	–	–
Omräkningseffekter	-4	2	–	–
Utgående bokfört värde	126	97	3	3
Inventarier				
Ingående anskaffningsvärde	28 085	24 632	700	756
Årets anskaffningar	6 008	4 946	119	119
Avyttringar/utrangeringar	-1 678	-1 518	-43	-175
Omräkningseffekter	-1 111	25	–	–
Utgående anskaffningsvärde	31 304	28 085	776	700
Ingående avskrivningar	-11 496	-9 819	-304	-387
Avyttringar/utrangeringar	1 545	1 404	43	175
Årets avskrivning	-3 492	-3 053	-103	-92
Omräkningseffekter	465	-28	–	–
Utgående ackumulerade avskrivningar	-12 978	-11 496	-364	-304
Utgående bokfört värde	18 326	16 589	412	396

Koncernen har inga väsentliga leasingavtal utöver hyreskontrakt för hyrda lokaler som har ingåtts på normala, marknadsmässiga villkor. För räkenskapsåret 2012 uppgår hyreskostnaden till MSEK 14056 (12993), varav omsättningsbaserad hyra MSEK 1541 (1232).

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

Hyresåtagande inom ett år	10080 (9942)
Hyresåtagande inom två till fem år	27800 (28085)
Hyresåtagande senare än fem	17440 (18273)

13. FÖRUTBETALDA KOSTNADER

	KONCERNEN		MODERBOLAGET	
	2012	2011	2012	2011
Förutbetalda hyror	796	769	9	7
Övriga poster	340	341	16	7
Totalt	1 136	1 110	25	14

14. KORTFRISTIGA PLACERINGAR

	KONCERNEN		MODERBOLAGET	
	2012	2011	2012	2011
Kortfristiga placeringar 4–12 månader	2 995	6 958	2 993	5 038
Totalt	2 995	6 958	2 993	5 038

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 1,97–2,59 procent. Skillnaden i räntesats beror främst på vilken valuta beloppet är placerat i.

15. LIKVIDA MEDEL

	KONCERNEN		MODERBOLAGET	
	2012	2011	2012	2011
Bankräkningar och kassa	9 566	5 739	305	177
Kortfristiga placeringar 0–3 månader	4 582	8 580	0	501
Totalt	14 148	14 319	305	678

Placeringarna är gjorda på marknadsmässiga villkor och räntesatserna är i intervallet 0,10–8,25 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.	
SÄLJER/KÖPER	2012	2011	2012	2011	2012	2011
NOK/SEK	-8	-2	411	371	4	4
GBP/SEK	9	-26	1 355	1 276	4	4
DKK/SEK	-2	0	440	415	4	4
CHF/SEK	-2	22	579	626	4	3
EUR/SEK	-48	3	8 434	8 669	4	4
PLN/SEK	-18	22	437	364	4	4
USD/SEK	34	-68	2 017	1 407	4	4
CAD/SEK	3	-4	320	307	4	4
JPY/SEK	25	-7	428	128	4	3
SEK/USD	-66	365	9 665	9 441	2	2
SEK/EUR	9	1	1 018	1 099	2	2
Totalt	-64	306	25 104	24 103		

All värdeförändring på derivaten redovisas initialt via Övrigt totalresultat i eget kapital. Från övrigt totalresultat omförs verkligt värde till resultaträkningen i samband med att säkrad transaktion inträffar. Per balansdagen uppgår terminskontrakt med positiva marknadsvärden till MSEK 158 (456), vilket redovisas inom posten Övriga kortfristiga fordringar. Terminskontrakt med negativa marknadsvärden uppgår till MSEK 222 (150), vilket redovisas inom Övriga kortfristiga skulder. Av de utestående terminskontrakten har förlust om MSEK 10 omförts till resultaträkningen då säkrade transaktioner inträffat för dessa kontrakt. Resterande verkligt värde om MSEK 54 ingår i säkringsreserven inom eget kapital.

Beträffande värdering se not 19.

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.

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 fondaktierätsbevis har ännu inte inkommit för utbyte. Enligt kungörelse i juni 2009 har de motsvarande fond-

aktierna sålts på marknaden i juni 2010. Innehavarna av fondaktierätterna har 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 redovisas därför som en kortfristig skuld till och med den 30 juni 2014. Till den del som ingen gjort behörigt anspråk på ersättning tills dess kommer pengarna att tillfalla bolaget och därvid öka eget kapital.

18. AVSÄTTNINGAR FÖR PENSIONER

	KONCERNEN			MODERBOLAGET		
	2012	2011	2010	2012	2011	2010
Nuvärdet av förmånsbestämda förpliktelser	989	951	348	256	271	252
Förvaltningstillgångarnas verkliga värde	-612	-574	-91	-27	-31	-29
Redovisad avsättning i balansräkningen för pensionsförpliktelser	377	377	257	229	240	223
Ingående balans 1 december	377	257	254	240	223	211
Justerings av ingående balans*	-	64	-	-	-	-
Justerad ingående balans	377	321	254	240	223	211
Redovisad pensionskostnad, netto	61	120	33	7	33	28
Erlagda avgifter	-40	-43	-13	-2	-1	-3
Utbetalda ersättningar	-21	-21	-17	-16	-15	-13
Redovisat belopp för förmånsbestämda förpliktelser 30 november	377	377	257	229	240	223

* Merparten av förändringen 2011 i nuvärdet av förmånsbestämda förpliktelser och förvaltningstillgångarnas verkliga värde berodde på att pensionsplanen i Schweiz till och med 2010 redovisades som premiebestämd plan. Från och med räkenskapsåret 2011 redovisas denna i enlighet med reglerna för förmånsbestämda planer. Om planen 2010 hade redovisats enligt dessa regler skulle åtagandet uppgått till MSEK 64. Den effekten justerat med uppskjuten skatt redovisades 2011 som en justering av ingående eget kapital.

I de belopp som redovisas som pensionskostnad ingår följande poster:

Kostnader för tjänstgöring under innevarande år	45	55	16	3	5	9
Räntekostnad	25	29	12	9	8	8
Förväntad avkastning på förvaltningstillgångar	-14	-19	-3	-1	-1	-1
Aktuariella vinster (-) och förluster (+)	16	51	7	-4	21	6
Reduceringar/Reguleringar vinster (-) och förluster (+)	-3	0	-10	0	0	-4
Kostnad avseende tjänstgöring under tidigare perioder	-2	0	13	0	0	10
Förändringar i utländska valutakurser för planer som värderas i en annan valuta än rapporteringsvalutan	-6	4	-2	-	-	-
Redovisad pensionskostnad, netto	61	120	33	7	33	28

Kostnaden för avgiftsbestämda pensioner uppgår till MSEK 279 (240).

Väsentliga aktuariella antaganden vid balansdagen (vägda genomsnittsvärden)

Diskonteringsränta	2,30%	2,77%	3,25%	3,00%	3,25%	3,25%
Förväntad avkastning på förvaltningstillgångar	1,66%	1,73%	3,12%	2,00%	2,25%	3,25%
Framtida löneökningar	2,60%	2,72%	4,73%	5,00%	5,00%	5,00%
Framtida pensionsökningar (inflation)	0,80%	0,83%	2,00%	2,00%	2,00%	2,00%

19. FINANSIELLA TILLGÅNGAR OCH SKULDER FÖRDELADE PER KATEGORI

2012	Lånefordringar och kundfordringar	Finansiella tillgångar som hålles till förfall	Säkringsderivat redovisade till verkligt värde	Andra finansiella skulder	Summa redovisat värde
Andra långfristiga fordringar	–	628	–	–	628
Kundfordringar	2 207	–	–	–	2 207
Övriga fordringar	–	–	158	–	158
Kortfristiga placeringar	–	2 995	–	–	2 995
Likvida medel	9 566	4 582	–	–	14 148
Summa finansiella tillgångar	11 773	8 205	158	–	20 136
Leverantörsskulder	–	–	–	4 234	4 234
Övriga skulder	–	–	222	–	222
Summa finansiella skulder	–	–	222	4 234	4 456

2011	Lånefordringar och kundfordringar	Finansiella tillgångar som hålles till förfall	Säkringsderivat redovisade till verkligt värde	Andra finansiella skulder	Summa redovisat värde
Andra långfristiga fordringar	–	608	–	–	608
Kundfordringar	2 337	–	–	–	2 337
Övriga fordringar	–	–	456	–	456
Kortfristiga placeringar	–	6 958	–	–	6 958
Likvida medel	5 739	8 580	–	–	14 319
Summa finansiella tillgångar	8 076	16 146	456	–	24 678
Leverantörsskulder	–	–	–	4 307	4 307
Övriga skulder	–	–	150	–	150
Summa finansiella skulder	–	–	150	4 307	4 457

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 7.

20. UPPLUPNA KOSTNADER OCH FÖRUTBETALDA INTÄKTER

	KONCERNEN		MODERBOLAGET	
	2012	2011	2012	2011
Semesterlöneskuld	744	672	92	67
Sociala avgifter	481	440	86	71
Löneskuld	615	544	24	18
Lokalrelaterade poster	2 869	2 078	0	0
Övriga periodiserade omkostnader	2 302	2 437	78	102
Totalt	7 011	6 171	280	258

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 och Kaufingerstrasse i München samt sedan januari 2008 lokaler för H&M:s huvudkontor i Stockholm. Hyra utgår enligt marknadsmässiga grunder och uppgick till sammanlagt MSEK 256 (227) för räkenskapsåret.

Karl-Johan Persson har erhållit ersättning i form av lön och förmåner uppgående till MSEK 12,0 (13,9) varav rörlig ersättning MSEK 0 (2,1) för arbete under räkenskapsåret 2012 som verkställande direktör för H & M Hennes & Mauritz AB.

22. EVENTUALFÖRPLIKTELSE

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	
	2012	2011
Upplösning av periodiseringsfond	–	–
Avskrivning utöver plan	-23	-9
Avsättning till periodiseringsfond	-305	–
Totalt	-328	-9

24. ANDELAR I KONCERNFÖRETAG

Samtliga bolag är helägda.

	Organisations-nummer	Antal andelar	Bokfört värde	Säte
2012				
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
Totalt			588,4	

	Organisations-nummer	Säte
2012		
Dotterföretagens 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
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 LLP		USA
Hennes & Mauritz 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.c.		Slovakien
H & M Hennes & Mauritz A.E.		Grekland
H & M Hennes & Mauritz LLP		Ryssland
H & M Hennes & Mauritz TR Tekstil ltd sirketi		Turkiet
H & M Hennes & Mauritz Ltd		Sydkorea
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

2012	Säte
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

25. OBESKATTADE RESERVER

	MODERBOLAGET	
	2012	2011
Avskrivningar utöver plan	151	128
Periodiseringsfond	305	–
Totalt	456	128

26. ANSVARSFÖRBINDELSER

	MODERBOLAGET	
	2012	2011
Moderbolagsgarantier för hyreskontrakt	8 376	9 321
Totalt	8 376	9 321

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

Priset per aktie genom resultat per aktie.

Jämförbara enheter

I jämförbara enheter beaktas de butiker och distanshandelsländer som har varit i drift under minst ett räkenskapsår. H&M:s räkenskapsår sträcker sig från den 1 december till den 30 november.

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 29 januari 2013

STEFAN PERSSON
Styrelseordförande

MIA BRUNELL LIVFORS
Styrelseledamot

ANDERS DAHLVIG
Styrelseledamot

LOTTIE KNUTSON
Styrelseledamot

SUSSI KVART
Styrelseledamot

BO LUNDQUIST
Styrelseledamot

MELKER SCHÖRLING
Styrelseledamot

CHRISTIAN SIEVERT
Styrelseledamot

MARIE BJÖRSTEDT
Styrelseledamot

MARGARETA WELINDER
Styrelseledamot

KARL-JOHAN PERSSON
Verkställande direktör

Vår revisionsberättelse har avgivits den 30 januari 2013

Ernst & Young AB

Erik Åström
Auktoriserad revisor

REVISIONSBERÄTTELSE

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

RAPPORT OM ÅRSREDOVISNINGEN OCH KONCERNREDOVISNINGEN

Vi har reviderat årsredovisningen och koncernredovisningen för H & M Hennes & Mauritz AB för räkenskapsåret 2011-12-01 – 2012-11-30 på sidorna 43–70.

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 revisions-sed 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 2012 och av dess finansiella resultat och kassaflöden för året enligt årsredovisningslagen och koncernredovisningen har upprättats i enlighet med årsredovisningslagen och ger en i alla väsentliga avseenden rättvisande bild av koncernens finansiella ställning per den 30 november 2012 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 resultat-räkningen 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 reviderat förslaget till dispositioner beträffande bolagets vinst eller förlust samt styrelsens och verkställande direktörens förvaltning för H & M Hennes & Mauritz AB för räkenskapsåret 2011-12-01 – 2012-11-30.

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 av bolagets vinst eller förlust och om förvaltningen på grundval av vår revision. Vi har utfört revisionen enligt god revisions-sed 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 30 januari 2013

Ernst & Young AB

Erik Åström

Auktoriserad revisor

BOLAGSSTYRNINGSRAPPORT

H & M Hennes & Mauritz AB 2012

God bolagsstyrning (eng. corporate governance) 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 (tillgänglig via www.bolagsstyrning.se). I bolagsstyrningsrapporten för 2012 beskrivs H&M:s bolagsstyrning, ledning och förvaltning samt intern kontroll avseende den finansiella rapporteringen. 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 46 i H&M:s årsredovisning 2012. Därför lämnas dessa inte i bolagsstyrningsrapporten. Bolagets revisorer har enligt ÅRL 6 kap 9 § avgivit ett yttrande över bolagsstyrningsrapporten vilket återfinns på sidan 84.

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

REGELEFTERLEVNAD

H&M:s bolagsstyrning regleras av såväl externa regelverk som interna styrdokument.

Exempel på externa regelverk:

- Aktiebolagslagen
- Redovisningslagstiftning, bland annat Bokföringslagen och Årsredovisningslagen
- NASDAQ OMX Stockholm AB Regelverk för emittenter
- Svensk kod för bolagsstyrning

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

Avvikelse från 2.4 i koden:

- Styrelseordföranden är ordförande i valberedningen.
- Förklaring till avvikelsen: 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.

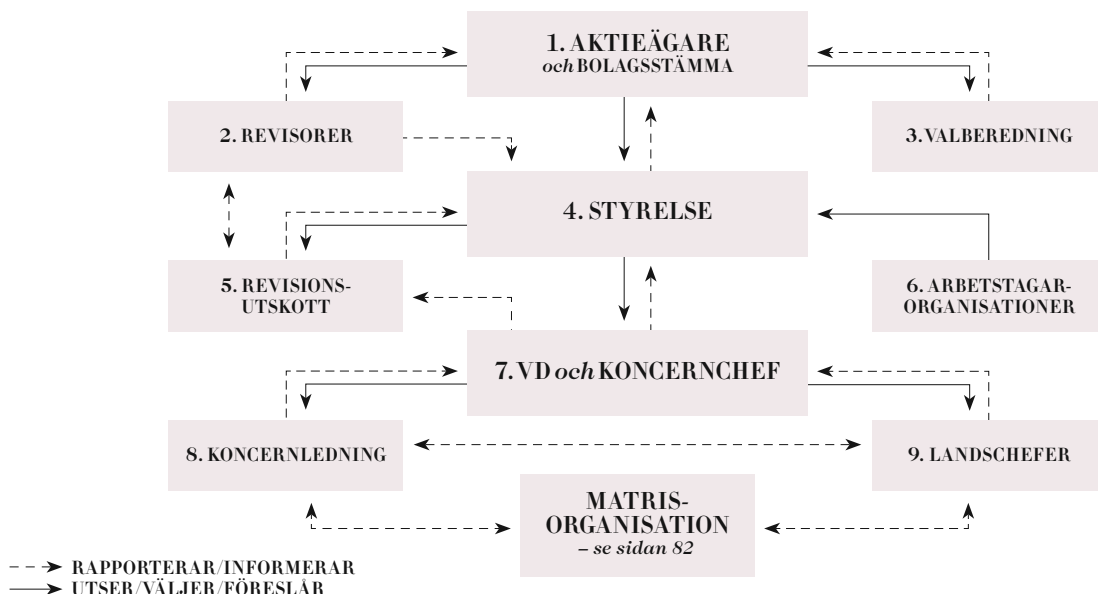
H&M:s BOLAGSSTYRNINGSTRUKTUR

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.

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 koncernredo-



visning, 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. Revisorerna 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 hemsidan. 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.

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.

Styrelsen i H&M ska enligt bolagsordningen bestå av minst tre och högst tolv stämموالدا styrelseledamöter med högst lika många suppleanter. Årsstämman beslutar om antalet styrelseledamöter.

5. REVISIONSUTSKOTT

Revisionsutskottet övervakar bolagets finansiella rapportering vilket bland annat inbegriper att övervaka effektiviteten i bolagets interna kontroll och riskhantering. I arbetet ingår att behandla redovisningsfrågor och finansiella rapporter som bolaget lämnar. På revisionsutskottsmötena redovisar de av årsstämman valda revisorerna 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, marknadsföring, expansion, utveckling av butiks nät och distanshandeln 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 policies 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 policies och riktlinjer. Butikerna kontrolleras i sin tur av interna butiksrevisorer.

LÄS MER PÅ www.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

H&M:s B-aktie är noterad vid NASDAQ OMX Stockholm AB. Vid räkenskapsårets slut hade H&M 193 878 aktieägare. Det totala antalet aktier i H&M uppgår till 1 655 072 000 varav 194 400 000 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

2012 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 www.hm.com under avsnitt bolagsstyrning finns informationsmaterial samlat från H&M:s senaste årsstämmor samt H&M:s extra bolagsstämma 2011. 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 2012

H&M:s årsstämma 2012 hölls den 3 maj i Victoriahallen på Stockholmsmässan i Stockholm. 1 721 aktieägare var representerade på årsstämman vilka representerade 83,3 procent av rösterna och 65,7 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 Eva Hägg.
- 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 2010/2011.
- Antalet stämмоvalda styrelseledamöter fram till nästa årsstämma fastställdes till åtta utan stämмоvalda styrelse-suppleanter.
- Samtliga ordinarie styrelseledamöter Mia Brunell Livfors, Anders Dahlvig, Lottie Knutson, Sussi Kvart, Bo Lundquist, Stefan Persson, Melker Schörling och Christian Sievert omvaldes av årsstämman. Stefan Persson omvaldes till styrelseordförande.
- Styrelsearvodet fram till nästa årsstämma fastställdes till totalt 5 025 000 kronor att fördelas med 1 350 000 kronor till styrelseordförande, 475 000 kronor till styrelseledamöter, 100 000 kronor extra till ledamöter i revisionsutskottet samt 150 000 kronor extra till revisionsutskottets ordförande.
- 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
2008	80,9	60,7
2009	81,3	61,5
2010	81,9	62,7
2011	82,3	63,5
2012	83,3	65,7

VALBEREDNINGENS SAMMANSÄTTNING OCH ARBETE UNDER 2012/2013

Valberedningens ledamöter valdes av årsstämman 2012. Valet av valberedningen baserades på principer, som i korthet innebär att valberedningens sammansättning utgörs av styrelseordföranden samt fyra övriga ledamöter som envar representerar fyra av de största aktieägarna per den 29 februari 2012 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 2012 under valberedning under avsnitt bolagsstyrning på www.hm.com.

Valberedningens sammansättning efter årsstämman 2012:

- 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 2011 framlade sitt förslag till årsstämma 2012. Valberedningens motivering till sitt förslag till styrelsesammansättning inför årsstämman 2012 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.

Förslaget till styrelsesammansättning uppfyller tillämpliga krav med avseende på oberoende styrelseledamöter och börserfarenhet.”

Valberedningen har sedan årsstämman 2012 haft ett protokollfört möte och har även haft kontakt därutöver. Vid valberedningens möte redogjorde Stefan Persson muntligen för årets

STYRELSENS SAMMANSÄTTNING SAMT NÄRVARO UNDER 2012

NAMN	VALÅR	OBEROENDE ¹⁾	OBEROENDE ²⁾	ARVODE (SEK) ³⁾	STYRELSE- MÖTEN	REVISIONS- UTSKOTT	AKTIEINNEHAV	NÄRSTÅENDES INNEHAV
Stefan Persson, ordförande	1979	Nej	Nej	1 350 000	6/6	1/4 ⁴⁾		194 400 000 ⁵⁾ 393 049 043 ⁶⁾
Mia Brunell Livfors	2008	Ja	Ja	450 000	6/6			600 ⁷⁾
Anders Dahlvig	2010	Ja	Ja	450 000	6/6		17 510	
Lottie Knutson	2006	Ja	Ja	450 000	6/6		1 400	
Sussi Kvart	1998	Ja	Ja	550 000	6/6	4/4	4 400	1 700
Bo Lundquist	1995	Ja	Ja	600 000	5/6	3/4		100 000 ⁸⁾
Melker Schörling	1998	Ja	Ja	450 000	5/6			228 000 ⁹⁾
Christian Sievert	2010	Ja	Ja	450 000	6/6	3/4 ⁴⁾	50 000	600
Marie Björstedt, ¹⁰⁾ arbetstagarledamot	2011				6/6			
Margareta Welinder, arbetstagarledamot	2007				6/6			
Agneta Ramberg, ¹⁰⁾ arbetstagarledamot	1997				2/6			
Ingrid Godin, ¹⁰⁾ arbetstagar-suppleant	2012				4/6			
Tina Jäderberg, arbetstagar-suppleant	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 2011. Detta betyder att arvode utgår för tiden fram tills nästa årsstämma hålls dvs, för perioden 28 april 2011 till 3 maj 2012. Utbetalning av beloppen skedde efter årsstämman 2012.

4) Vid det konstituerande styrelsemötet valdes Christian Sievert att ersätta Stefan Persson som ny ledamot i revisionsutskottet.

5) A-aktier som ägs via Ramsbury Invest AB.

6) B-aktier som ägs via Ramsbury Invest AB.

7) Aktier som ägs tillsammans med närstående.

8) Aktier som ägs via Bo Lundquists bolag Caboran AB.

9) Aktier som ägs via Melker Schörling AB.

10) Arbetstagarledamot Agneta Ramberg gick i pension 2012. Tidigare arbetstagar-suppleant Marie Björstedt efterträdde Agneta Ramberg som arbetstagarledamot i samband med årsstämman 2012 och Ingrid Godin blev ny arbetstagar-suppleant.

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

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, ersättning till styrelseledamöterna samt val av revisorer. Det har inte utgått någon ersättning till valberedningens ordförande eller till någon av de övriga ledamöterna i valberedningen.

ÅRSSTÄMMA 2013

H&M:s årsstämma 2013 äger rum tisdagen den 23 april 2013 i Victoriahallen på Stockholmsmässan i Stockholm. För anmälan till årsstämman 2013, se H&M:s årsredovisning 2012 på sidan 90 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 2013.

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 2012 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.

För fakta om H&M:s styrelseledamöter se sidorna 80–81. 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 CFO och ekonomichef, deltar också för att tillhandahålla styrelsen finansiell information. Styrelsen biträds av en sekreterare som inte är ledamot i styrelsen.

STYRELSENS ARBETE UNDER 2012

H&M:s styrelse har under det senaste räkenskapsåret haft sex styrelsemöten varav ett konstituerande.

Styrelsens närvaro redovisas i tabellen Styrelsens sammansättning och närvaro under året. Vd Karl-Johan Persson har närvarat vid samtliga styrelsemöten under 2012.

Under året har bland annat följande ämnen behandlats och diskuterats i styrelsen:

- Bolagets finansiella situation där försäljning, kostnader och resultat varit i fokus.
- Investeringar för det kommande räkenskapsåret för till exempel nya butiker, onlineverksamheten, IT-utveckling etc.
- Expansionsstrategi, mål och nya marknader samt antalet ombyggnader.
- Strategiska frågor inom koncernens hållbarhetsarbete har diskuterats och behandlats.
- Koncernledningens uppdaterade riskanalys.
- Styrelsen har under året även diskuterat strategiska frågor såsom konkurrensfrågor, omvärldsfaktorer och utvecklingsmöjligheter. Till exempel har skuldkrisen i Europa diskuterats och beredskapsplaner har tagits fram, även markroekonomiska förhållanden avseende Kina och USA har diskuterats med utgångspunkt från H&M:s verksamhet.

Vd har rapporterat om bland annat:

- utvecklingen på H&M:s olika marknader utifrån det generella marknadsläget, prissbild/konkurrenssituation och H&M:s kunderbjudande på respektive marknad. Etablering och utveckling på de nya marknaderna Bulgarien, Lettland, Malaysia, Mexiko samt den nya franchisemarknaden Thailand,
- inköpsarbetet och produktion, miljö- och hållbarhetsfrågor, varulagersituationen, marknadsföringen, utvecklingen inom online och IT, organisationsförändringar, expansion samt utvecklingen för de övriga varumärkena; COS, Monki, Weekday, Cheap Monday, H&M Home samt även utvecklingen av det nya varumärket & Other Stories som lanseras under våren 2013.

Styrelsen har bland annat beslutat om följande:

- Beslutat om delårsrapporterna, bokslutskommunikén, årsredovisningen och koncernredovisningen samt bolagsstyrningsrapporten. Redovisnings- och revisionsfrågor bereds i revisionsutskottet och avrapporteras till styrelsen.
- Utdelningsförslag till årsstämman om 9,50 kr per aktie för räkenskapsåret 2010/2011.

- Förslag till årsstämman om riktlinjer för ersättning till ledande befattningshavare.
- Beslutat om att fortsätta med nuvarande modell för uppföljning av den interna kontrollen.
- Beslut om policydokument som uppdaterad finanspolicy samt uppdaterad arbetsordning har antagits under året.

I anslutning till att styrelsen behandlade förslaget till årsredovisning för 2012 avrapporterade revisor Erik Åström årets revisionsarbete.

REVISIONSUTSKOTTET UNDER 2012

Revisionsutskottet utgörs, sedan det konstituerande mötet i anslutning till årsstämman 2012, av ordförande Bo Lundquist och ledamöterna Sussi Kvarth och Christian Sievert. Utskottet har haft fyra protokollförda möten under räkenskapsåret 2011/2012.

Vid revisionsutskottets möten har Ernst & Young deltagit för avrapportering av revisionsarbetet. Vid mötena har även bland annat CFO 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 gått igenom koncernens samlade riskanalys. Vidare har bland annat följande funktioner presenterat/informerat om sitt arbete; säkerhet, hållbarhet, human resources, transfer pricing, online och IT.
- Den europeiska skuldkrisens betydelse för bolaget har diskuterats.
- Internprissättningsmodellen och skattefrågor.
- Ny mutlagstiftning i Sverige och Storbritannien. Uppdatering av Code of Ethics och implementeringen av denna med anledning av ny mutlagstiftning.
- EU-kommissionens grönbok gällande revision.
- Ernst & Young har informerats utskottet om resultatet av utförd granskning samt revisionens omfattning.
- 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 OMX 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 2009 valdes revisionsbolaget Ernst & Young AB till revisor i H&M för en 4-årig mandatperiod, dvs till och med den årsstämma som hålls 2013. Auktoriserade revisorn Erik Åström från Ernst & Young är huvudansvarig för revisionen.

Vid årsstämman 2012 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 revisionsföretagens interna riktlinjer samt av revisionsutskottets riktlinjer för vilka uppdrag revisionsföretagen får åta sig för H&M utöver revision.

Erik Åström, auktoriserad revisor, har revisionsuppdrag i bland annat Svenska Handelsbanken samt i Nasdaq OMX.

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

REVISIONSARVODEN (MSEK)

	KONCERNEN		MODERBOLAGET	
	2012	2011	2012	2011
Ernst & Young				
Revisionsuppdrag	17,3	15,5	2,7	2,5
Revision utöver revisionsuppdrag	1,8	1,3	0,3	0,1
Skatterådgivning	10,5	11,4	0,1	0,1
Övriga revisorer				
Revisionsuppdrag	2,8	3,3	–	–
TOTALT	32,4	31,5	3,1	2,7

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 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 kontrollmiljö. 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 2012 riktlinjer för ersättning till ledande befattningshavare inom H&M. För fullständiga riktlinjer se förvaltningsberättelsen sidorna 45–46 i H&M:s årsredovisning 2012.

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 2012. Anställningsvillkor för övrig koncernledning beslutas av vd och styrelseordföranden. Avgångsvederlag förekommer inte inom H&M, förutom för vd.

Inför årsstämman 2012 hade styrelsen gjort en utvärdering av tillämpningen av riktlinjerna för ersättning till ledande befattningshavare som antogs vid årsstämman 2011. Resultatet av denna utvärdering presenterades på hemsidan i god tid före årsstämman 2012.



CHRISTIAN SIEVERT
*Styrelseledamot
samt ledamot
i revisionsutskottet*

BO LUNDQUIST
*Styrelseledamot
samt ordförande
i revisionsutskottet*

INGRID GODIN
Arbetstagarsuppleant

MIA BRUNELL LIVFORS
Styrelseledamot

SUSSI KVART
*Styrelseledamot
samt ledamot
i revisionsutskottet*

MARIE BJÖRSTEDT
Arbetstagarledamot



LOTTIE KNUTSON
Styrelseledamot

TINA JÄDERBERG
Arbetstagarsuppleant

MELKER SCHÖRLING
Styrelseledamot

STEFAN PERSSON
Styrelseordförande

MARGARETA WELINDER
Arbetstagarledamot

ANDERS DAHLVIG
Styrelseledamot

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.

MIA BRUNELL LIVFORS

Styrelseledamot. Född 1965.

HUVUDSYSSELSÄTTNING

Vd och koncernchef för Investment AB Kinnevik.

ÖVRIGA VÄSENTLIGA STYRELSEUPPDRAG

Styrelseledamot sedan:

2006 Metro International S.A.
Tele2 AB
Trancom WorldWide S.A.
Korsnäs AB

2007 Modern Times Group MTG AB
Millicom International Cellular S.A.

2008 Efva Attling Stockholm AB

2010 CDON AB

UTBILDNING

Ekonomlinjen vid Stockholms Universitet.

ARBETSLIVSERFARENHET

1989–1992 Consensus AB.

1992–2006 Diverse chefsbefattningar inom Modern Times Group MTG AB och finansdirektör 2001–2006.

2006– Vd och koncernchef Investment AB Kinnevik.

ANDERS DAHLVIG

Styrelseledamot. 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

Marknadsdirektör på Fritidsresegruppen i Norden med ansvar för kommunikation samt miljö och socialt ansvar.

ÖVRIGA VÄSENTLIGA STYRELSEUPPDRAG

Inget utöver ledamot i H&M.

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– 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 Läns Sjukvårdsområde, Stockholms Stadshus AB, Transparency International Sverige samt i 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 Kvant AB.

BO LUNDQUIST

Styrelseledamot samt ordförande i revisionsutskottet. Född 1942.

HUVUDSYSSELSÄTTNING

Leder familjeägt investmentbolag. Styrelsearbete.

ÖVRIGA VÄSENTLIGA STYRELSEUPPDRAG

Ordförande i GIH Stockholm, Shareville AB, Club Consulting AB och Föreningen Gymnastikakademin. Ledamot i Teknikmagasinet AB och Stiftelsen Anders Walls Professur i Entreprenörskap.

UTBILDNING

Civilingenjör vid Chalmers Tekniska Högskola i Göteborg 1968.

ARBETSLIVSERFARENHET

1970–1974 Förvaltningschef vid Högskolan i Luleå.
 1975–1978 Divisionschef SSAB.
 1978–1982 Försäljningschef Sandvik.
 1982–1984 Vd Bulten.
 1984–1990 Vice vd i Trelleborg.
 1991–1998 Vd och koncernchef i Esselte.
 1994–1998 Engagerad i olika centrala näringslivsorganisationer, bland annat ordförande i Grossistförbundet Svensk Handel.

MELKER SCHÖRLING

Styrelseledamot. Född 1947.

HUVUDSYSSELSÄTTNING

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 ledamot i revisionsutskottet. Född 1969.

HUVUDSYSSELSÄTTNING

Vd för riskkapitalbolaget Segulah Advisor AB.

ÖVRIGA VÄSENTLIGA STYRELSEUPPDRAG

Styrelseledamot i Segulah Advisor AB, AB Segulah, Gunnebo Industrier, Kemetyl, CCS Healthcare samt S:t Eriks.

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– Vd/Managing Partner för Segulah.

MARGARETA WELINDER

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

MARIE BJÖRSTEDT

Arbetsstagarledamot i H&M:s styrelse sedan 2011. Född 1957.

INGRID GODIN

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

TINA JÄDERBERG

Arbetsstagarstyreant 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.

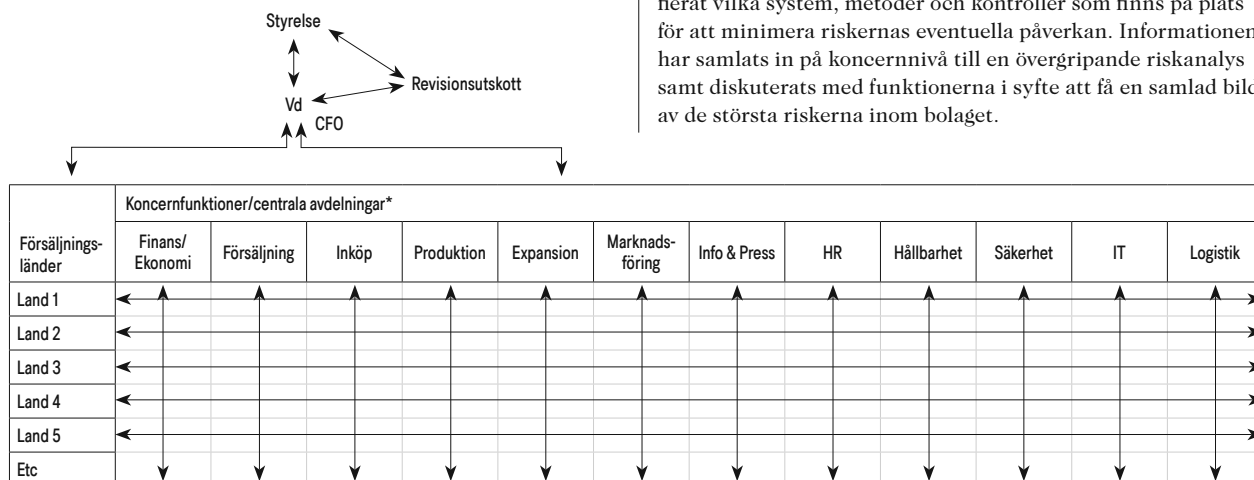
KONTROLLMILJÖ

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 verkställande direktör, som tydligt beskrivs i styrelsens arbetsordning. Bolagsledningen samt revisionsutskottet rapporterar regelbundet till styrelsen utifrån fastställda rutiner.
- Företagets organisation och sätt att bedriva verksamhet där rollerna och ansvarsfördelningen är tydligt definierade.



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

- Värderingar och global guidelines, policies, riktlinjer och manualer, där Code of Ethics, finanspolicy, informationspolicy, kommunikationspolicy 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, avstämningar, 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 2012 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 46–47 samt för de finansiella riskerna se not 2 Finansiella risker sidan 60 i H&M:s årsredovisning 2012.

För att begränsa riskerna finns det ändamålsenliga policies 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 2012 har generella IT-kontroller för några utvalda system reviderats av extern part tillsammans med H&M:s systemägare och systemansvariga.

INFORMATION OCH KOMMUNIKATION

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

H&M:s policies 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 www.hm.com

UPPFÖLJNING

Under 2012 har en genomlysning av frågorna avseende intern kontroll på koncernnivå gjorts för att se vad som kan förbättras och uppdateras i funktionernas arbetsmaterial inför 2013. Detta arbete har gjorts i samarbete med funktionerna och resulterat i uppdaterade checklistor – både generella och avdelningsspecifika – för de centrala funktionerna att använda för sina revisioner under 2013.

Under 2012 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.

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.

INTERNREVISION

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 2013.

Stockholm i januari 2013

Styrelsen

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

REVISORSYTTRANDE OM BOLAGSSTYRNINGSRAPPORTEN

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

UPPDRAG OCH ANSVARSFÖRDELNING

Vi har granskat bolagsstyrningsrapporten för räkenskapsåret 2011-12-01 – 2012-11-30 på sidorna 72–83. 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 30 januari 2013

Ernst & Young AB

Erik Åström
Auktoriserad revisor



Topp 99:-

FEM ÅR i sammandrag

1 DECEMBER - 30 NOVEMBER

RÄKENSKAPSÅRET	2012	2011	2010	2009	2008
Omsättning inklusive moms, MSEK	140 948	128 810	126 966	118 697	104 041
Omsättning exklusive moms, MSEK	120 799	109 999	108 483	101 393	88 532
Ändring från föregående år, %	+10	+1	+7	+15	+13
Rörelseresultat, MSEK	21 754	20 379	24 659	21 644	20 138
Rörelsemarginal, %	18,0	18,5	22,7	21,3	22,7
Årets avskrivningar, MSEK	3 705	3 262	3 061	2 830	2 202
Resultat efter finansiella poster, MSEK	22 285	20 942	25 008	22 103	21 190
Resultat efter skatt, MSEK	16 867	15 821	18 681	16 384	15 294
Likvida medel och kortfristiga placeringar, MSEK	17 143	21 277	24 858	22 025	22 726
Varulager, MSEK	15 213	13 819	11 487	10 240	8 500
Eget kapital, MSEK	43 835	44 104	44 172	40 613	36 950
Antal aktier, tusental*	1 655 072	1 655 072	1 655 072	1 655 072	1 655 072
Resultat per aktie, SEK*	10:19	9:56	11:29	9:90	9:24
Eget kapital per aktie, SEK*	26:49	26:65	26:69	24:54	22:33
Kassaflöde från den löpande verksamheten per aktie, SEK*	11:42	10:53	13:19	10:86	10:86
Utdelning per aktie, SEK	9:50**	9:50	9:50	8:00	7:75
Avkastning på eget kapital, %	38,4	35,8	44,1	42,2	44,3
Avkastning på sysselsatt kapital, %	50,3	47,1	58,7	56,7	61,1
Andel riskbärande kapital, %	76,1	74,9	76,2	78,5	75,7
Soliditet, %	72,8	73,3	74,6	74,7	72,1
Totalt antal butiker	2 776	2 472	2 206	1 988	1 738
Medelantal anställda	72 276	64 874	59 440	53 476	53 430

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

** Styrelsens förslag.

För definitioner av nyckeltal se sidan 69.

H&M-aktien

NYCKELTAL PER AKTIE	2012	2011	2010	2009	2008
Eget kapital per aktie, SEK	26:49	26:65	26:69	24:54	22:33
Resultat per aktie, SEK	10:19	9:56	11:29	9:90	9:24
Ändring från föregående år, %	+7	-15	+14	+7	+13
Utdelning per aktie, SEK	9:50*	9:50	9:50	8:00	7:75
Börskurs per 30 november, SEK	215:90	214:00	237:40	206:15	149:00
P/E-tal	21	22	21	21	16

* Styrelsens förslag.

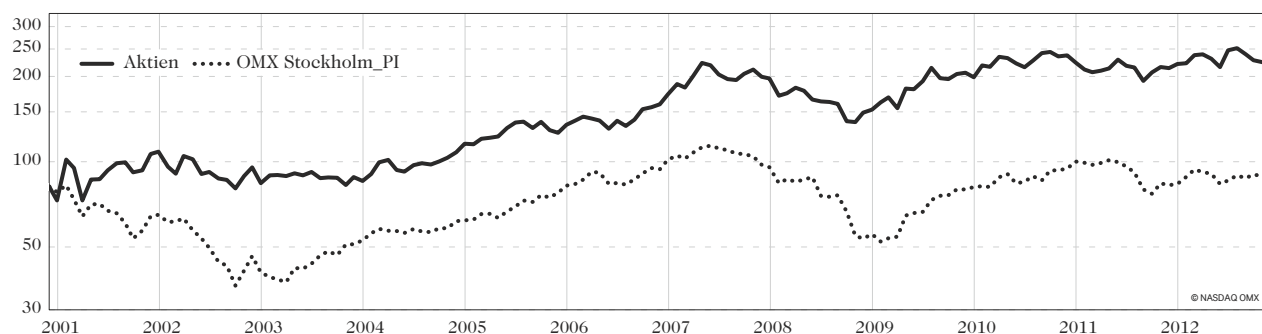
2010 genomförde H&M en aktiesplit 2:1. Åren 2008–2009 i tabellen ovan är därför justerade för det nya antalet aktier.

FÖRDELNING EFTER AKTIEINNEHAV, 30 NOVEMBER 2012

AKTIEINNEHAV	ANTAL AKTIEÄGARE	%	ANTAL AKTIER	%	MEDELANTAL AKTIER PER AKTIEÄGARE
1–500	147 547	76,1	23 274 401	1,4	158
501–1 000	22 280	11,5	17 762 588	1,1	797
1 001–5 000	18 992	9,8	42 097 109	2,5	2 217
5 001–10 000	2 448	1,3	17 990 923	1,1	7 349
10 001–15 000	715	0,4	8 980 045	0,5	12 560
15 001–20 000	443	0,2	7 919 364	0,5	17 877
20 001–	1 453	0,7	1 537 047 570	92,9	1 057 844
Summa	193 878	100	1 655 072 000	100	8 537

DE STÖRSTA AKTIEINNEHAVARNA, 30 NOVEMBER 2012

	ANTAL AKTIER	% AV RÖSTVÄRDE	% AV ANTAL AKTIER
Familjen Persson med bolag	623 849 332	69,71	37,69
Lottie Tham med familj	88 080 400	2,59	5,32
Alecta Pensionsförsäkring	64 840 000	1,90	3,92
Swedbank Robur fonder	45 988 720	1,35	2,78
AMF - Försäkring och Fonder	31 569 030	0,93	1,91
Afa Försäkring	16 288 140	0,48	0,98
SEB Investment Management	15 705 376	0,46	0,95
Fjärde AP-fonden	15 657 489	0,46	0,95
Handelsbanken Fonder	15 299 666	0,45	0,92
Jan Bengtsson	14 222 030	0,42	0,86



H&M:s HISTORIA

1947	Första butiken som öppnas i Västerås säljer damkläder. Butiken får namnet Hennes.
1952	Hennes öppnar i Stockholm.
1964	Norge blir första utlandsetableringen.
1968	Grundaren Erling Persson köper jakt- och fiskeaffären Mauritz Widforss. Herr- och barnkläder börjar säljas. Namnet ändras till Hennes & Mauritz.
1974	H&M noteras på Stockholmsbörsen.
1976	London, Storbritannien, blir den första etableringen utanför Skandinavien.
1977	Impulsbutikerna lanseras. Kosmetik börjar säljas.
1980-tal	Etablering i Tyskland och Nederländerna. H&M förvärvar postorderföretaget Rowells.
1990-tal	Etableringen i Europa fortsätter med första butiken i Frankrike 1998. Tidningsannonser kompletteras med utomhusreklam med kända modeller. 1998 påbörjas online-handel.
2000	Första butiken öppnas i USA på Femte Avenyn i New York. Samma år öppnas butiker i Spanien. Åren därefter tillkommer flera nya europeiska marknader.
2004	H&M inleder designersamarbeten och först ut är Karl Lagerfeld. Åren därefter följer samarbeten med Stella McCartney, Viktor & Rolf, Madonna, Roberto Cavalli, Comme des Garçons, Matthew Williamson, Jimmy Choo, Sonia Rykiel, Lanvin, Versace, Marni, David Beckham, Anna Dello Russo och Maison Martin Margiela.
2006	En stor expansion av distanshandeln inleds med Nederländerna som första marknad utanför Norden. De första butikerna i Mellanöstern öppnas via franchise.
2007	Första butikerna öppnas i Asien – i Hongkong och Shanghai. Samma år lanseras varumärket COS. Expansionen av distanshandeln fortsätter till Tyskland och Österrike.
2008	H&M öppnar första butiken i Tokyo, Japan. Modeföretaget FaBric Scandinavien AB med Weekday, Monki och Cheap Monday förvärvas.
2009	Första H&M-butikerna öppnar i Ryssland. Peking får sin första H&M-butik och Libanon blir ny franchisemarknad. H&M Home lanseras. Weekday och Monki öppnar i Tyskland.
2010	Första H&M-butikerna öppnar i Sydkorea och Turkiet. Israel blir ny franchisemarknad. H&M startar online-handel i Storbritannien. H&M Home-butiker öppnar utanför Sverige. Monki tar steget till Asien med butik i Hongkong. H&M blir för första gången världens största användare av ekologisk bomull och har sedan dess ökat användandet ytterligare.
2011	H&M öppnar i Rumänien, Kroatien och Singapore samt, via franchise i Marocko och Jordanien. COS öppnar i Sverige, Monki och Cheap Monday i Storbritannien. Belöningsprogram för alla medarbetare, H&M Incentive Program, startar. COS och Monki startar online-handel i 18 länder.
2012	H&M öppnar i Bulgarien, Lettland, Malaysia, Mexiko och via franchise i Thailand. COS expanderar till Finland, Italien, Polen, Hongkong, Österrike och via franchise till Kuwait. Monki växer i Kina och Weekday öppnar i Nederländerna.
2013	Första H&M-butiken på södra halvklotet öppnar i Chile. H&M öppnar också i Estland, Litauen och Serbien. Indonesien blir ny franchisemarknad. Online-handel planeras starta i USA. Varumärket & Other Stories lanseras i tio länder. COS, Monki, Weekday och Cheap Monday öppnar i nya länder och Weekday startar online-handel. H&M startar klädinsamling i utvalda butiker globalt.



1947 öppnade damklädesbutiken Hennes i Västerås. I dag erbjuder H&M-gruppen mode för alla under varumärkena H&M, COS, Monki, Weekday, Cheap Monday och & Other Stories samt textil heminredning på H&M Home. ”

> På hm.com går det att läsa mer om H&M:s kollektioner, varumärken, marknader, hållbarhetsarbete, medarbetare och mycket annat.



KONTAKTUPPGIFTER

HUVUDKONTOR	H & M Hennes & Mauritz AB, Mäster Samuelsgatan 46A, 106 38 Stockholm Tel: 08-796 55 00	
	För information om H&M och adresser till landskontoren, se www.hm.com .	
KONTAKTPERSONER	vd Karl-Johan Persson FINANS Jyrki Tervonen EKONOMI Anders Jonasson FÖRSÄLJNING Daniel Ervér INKÖP Stina Westerstad DESIGN Ann-Sofie Johansson PRODUKTION Karl Gunnar Fagerlin HÅLLBARHET Helena Helmersson EXPANSION Fredrik Olsson	AFFÄRSUTVECKLING Björn Magnusson NEW BUSINESS Pernilla Wohlfahrt MARKNADSFÖRING/VARUMÄRKE Anna Tillberg Pantzar INFORMATION Kristina Stenvinkel INVESTOR RELATIONS Nils Vinge HUMAN RESOURCES Sanna Lindberg 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 www.hm.com .	

ÅRSSTÄMMA

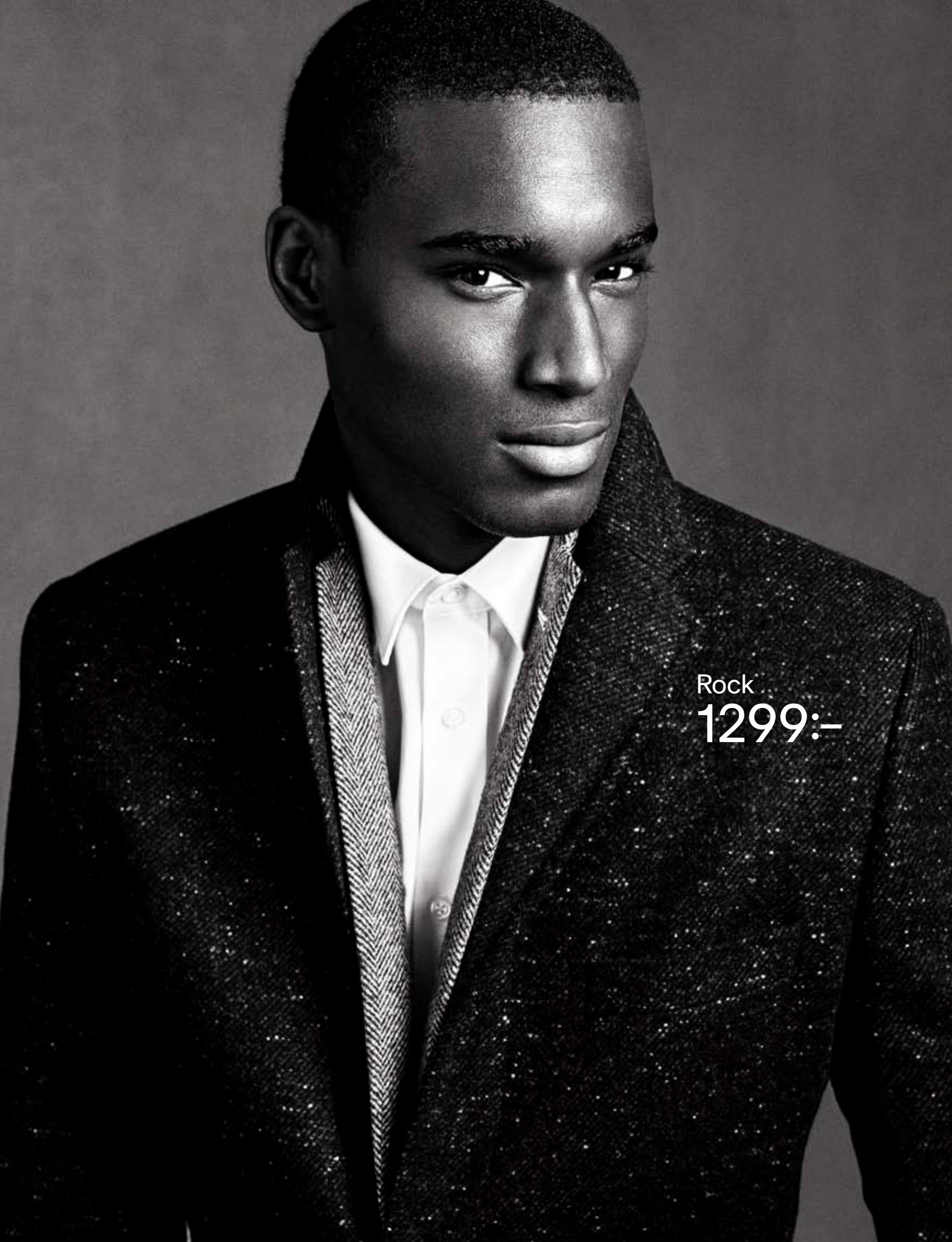
TID OCH PLATS	Årsstämma hålls i Victoriahallen, Stockholmsmässan, Stockholm, tisdag den 23 april 2013 kl 15.00.
	Rätt att delta på årsstämman har den aktieägare som är registrerad i den utskrift av aktieboken som görs per onsdag den 17 april 2013 och som anmäler sin avsikt att delta på årsstämman senast onsdag den 17 april 2013.
FÖRVALTAR- REGISTRERADE 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 rösträtsregistrering, i god tid före den 17 april 2013.
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 106 38 Stockholm Tel: 08-796 55 00 Fax: 08-796 55 44 www.hm.com/arsstamma Vid anmälan uppges namn, personnummer samt telefonnummer (dagtid).
UTDELNING	Styrelsen och verkställande direktören föreslår årsstämman att utdelning för 2012 lämnas med SEK 9:50 per aktie. Styrelsen har föreslagit den 26 april 2013 som avstämningsdag. Med denna avstämningsdag beräknas utbetalning av utdelningen ske från Euroclear Sweden AB (tidigare VPC AB) den 2 maj 2013. H&M-aktien ska vara köpt senast den 23 april 2013 för att vara garanterad utdelning.

EKONOMISK INFORMATION

KALENDARIUM	H & M Hennes & Mauritz AB lämnar följande information:
	21 mars 2013 23 april 2013 19 juni 2013 26 september 2013 30 januari 2014
	Tremånadersrapport Årsstämma 2013 kl 15.00, Victoriahallen, Stockholmsmässan Sexmånadersrapport Niomånadersrapport Bokslutskommuniké

Årsredovisningen är tryckt
på FSC®-märkt papper.





Rock
1299:–



[HM.COM/ARSREDOVISNING](https://www.hm.com/arsredovisning)