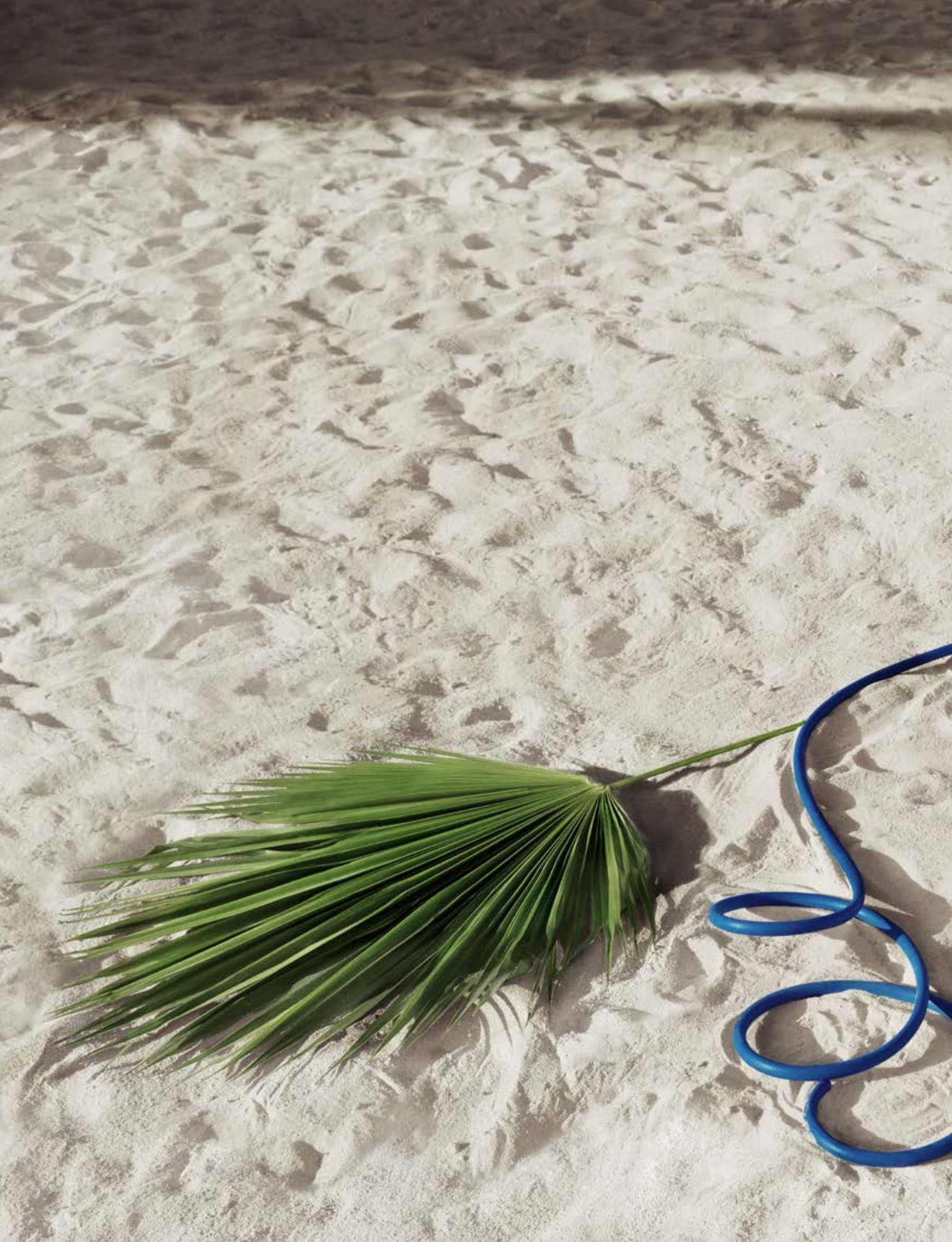



H&M

ÅRSREDOVISNING
2013



Klänning 599:–





Topp 149:-



Klänning 699:–

Innehåll

H&M I ORD OCH BILD

Detta är H&M	6
Vd-ord	8
2013 i korthet	10
Våra varumärken	14
Hållbar utveckling	32
Våra medarbetare	36
Expansion	40
Historia	48

H&M I SIFFROR

Förvaltningsberättelse	52
Koncernens resultaträkning	58
Koncernens rapport över totalresultat	58
Koncernens balansräkning	59
Koncernens förändring i eget kapital	60
Koncernens kassaflödesanalys	61
Moderbolagets resultaträkning	62
Moderbolagets rapport över totalresultat	62
Moderbolagets balansräkning	63
Moderbolagets förändring i eget kapital	64
Moderbolagets kassaflödesanalys	65
Noter till de finansiella rapporterna	66
Årsredovisningens undertecknande	80
Revisionsberättelse	81
Bolagsstyrningsrapport inklusive styrelsen	82
Revisorsyttrande om bolagsstyrningsrapporten	94
Fem år i sammandrag	96
H&M-aktien	97
Ekonomisk information och kontaktuppgifter	98

— DETTA ÄR H&M —

Mode och kvalitet till bästa pris

Med en tydlig affärsidé och starka värderingar har H&M vuxit från en butik till ett ledande, globalt modeföretag. I fokus står passion för mode, tron på människors förmåga och en strävan att alltid överträffa kundernas förväntningar.



Över **116 000**
medarbetare

3 132 butiker

53 marknader

Omsättning inkl. moms
150 miljarder kronor

Vinst efter skatt **17,2**
miljarder kronor

AFFÄRSIDÉ

Mode och kvalitet
till bästa pris.

KUNDERBJUDANDE

H&M-koncernen gör mode och bra kvalitet tillgängligt och prisvärt för människor världen över. Detta är möjligt genom egen design, inga mellanhänder, inköp av stora volymer av rätt vara från rätt marknad, en effektiv logistik samt kostnadsmedvetenhet i alla delar av verksamheten.

H&M:s designers, mönsterkonstruktörer och inköpare arbetar tillsammans i team för att skapa kollektionerna som, med flexibel sortimentsplanering och snabba beslutsvägar, hela tiden anpassas till det kunderna vill ha. H&M strävar efter att alltid ha det bästa kunderbudandet på varje enskild marknad utifrån kombinationen mode, kvalitet, pris och hållbarhet.

H&M erbjuder ett brett och varierat sortiment av inspirerande mode. Kollektionerna vänder sig till dam, herr, ungdom och barn. I sortimentet ingår också skor, accessoarer och kosmetik samt heminredning från H&M Home. Erbjudandet kompletteras av flera självständiga modevarumärken med egna identiteter: & Other Stories, Cheap Monday, COS, Monki och Weekday.



H&M-ANDAN

H&M guidas av starka värderingar som vilar på en grundläggande respekt för individen och tron på varje människas förmåga att ta egna initiativ. Värderingarna har funnits med sedan den allra första butiken öppnade 1947 och fungerar som riktmärken för allt arbete i företaget. De gemensamma värderingarna sammanfattas i H&M-andan, som gör H&M till en unik arbetsplats för medarbetare världen över.

H&M välkomnade över 12 000 nya medarbetare netto 2013.



HÅLLBAR UTVECKLING

H&M:s ambition är att vara det mer hållbara alternativet för dagens alltmer medvetna kunder. H&M:s satsningar på sociala förbättringar och minimerad miljöpåverkan sträcker sig därför längs plaggens hela livscykel – från att använda naturresurser ansvarsfullt till att säkerställa goda arbetsförhållanden i leverantörsledet, och från att minska elförbrukningen i butikerna till att erbjuda plaggåtervinning globalt. Hållbarhetsarbetet är en investering i kundbjudandet och en förutsättning för H&M:s långsiktiga utveckling. Hållbarhet är därför en integrerad del av verksamheten.

H&M:s kunder lämnade in 3 047 ton gamla plagg för återanvändning och återvinning 2013.

LÅNGSIKTIG EXPANSION

H&M växer framgångsrikt på befintliga marknader och i nya länder, med samtliga varumärken och med nya koncept. Expansionen sker med butiker såväl som online. Tillväxtmålet är att öka antalet butiker med 10–15 procent per år och samtidigt öka försäljningen i jämförbara enheter.

H&M öppnade 356 nya butiker netto 2013.



Långsiktiga satsningar för ett ännu starkare H&M

H&M växer vidare i snabb takt och vårt attraktiva erbjudande når allt fler kunder både via butik och online. Under 2013 öppnade vi mer än en ny butik per dag och i dag har vi över 3 200 butiker i fem världsdelar och vår onlinebutik hm.com finns nu i nio länder däribland USA.

2013 var ett mycket intensivt och händelserikt år; bland annat öppnade vi 356 nya butiker netto, vi lanserade vår onlinebutik i USA samt ett helt nytt modevarumärke & Other Stories. För tredje året i rad tillkom fem nya marknader, denna gång: Chile, Litauen, Serbien, Estland och, via franchise, Indonesien. Vi öppnade dessutom vår första butik på södra halvklotet, i Santiago de Chile, där över 2 500 kunder köade på öppningsdagen för att shoppa på H&M.

Vi öppnade flera flaggskeppsbutiker på fantastiskt bra lägen runt om i världen under 2013, bland annat på Times Square i New York och på Via del Corso i Rom, och även dessa har blivit mycket väl mottagna av kunderna. Vi växer på befintliga marknader såväl som i nya länder och i dag finns H&M i 53 länder. Kina är det land där vi expanderar allra mest. Kina har på några få år vuxit till att bli en av våra största marknader och expansionen fortsätter i snabb takt. Läs gärna mer om H&M:s ökade närvaro i Kina på sidorna 44–45.

FÖRSÄLJNING ÖVER 150 MILJARDER
På H&M jobbar vi alltid med ständiga förbättringar, vilket har varit en av



Karl-Johan Persson, vd.

våra värderingar sedan H&M grundades. I detta finns ambitionen att hela tiden överträffa våra kunders förväntningar och att ge våra kunder den bästa kombinationen av mode, kvalitet, pris och hållbarhet. Våra medarbetare gör ett fantastiskt jobb för att åstadkomma detta och jag vill tacka samtliga för mycket goda insatser och ett fantastiskt lagarbete återigen under det gångna året.

Med ett attraktivt kunderbjudande och väl mottagna kollektioner, främst under hösten, hade vi en stark avslutning på 2013. Totalt sett under året ökade vår försäljning med 9 procent i lokala valutor till över 150 miljarder kronor inklusive moms. Även om flertalet marknader fortsatte att präglas av ett utmanande makroekonomiskt läge och många pris- och rea-aktiviteter under året, fortsatte H&M att växa med hög lönsamhet och ökade marknadsandelar.

Resultatet efter finansiella poster ökade till 22,6 miljarder kronor. Resultatet påverkades av negativa valutaomräkningseffekter och även av de fortsatta stora långsiktiga satsningarna som vi gör för att bygga ett ännu starkare H&M och säkra framtida expansion. Våra långsiktiga

satsningar sker inom bland annat IT, online, nya varumärken samt breddningen av vårt produktsortiment.

& OTHER STORIES

Ett exempel på dessa satsningar är vårt nya modevarumärke & Other Stories som lanserades i mars 2013 och som har fått ett fantastiskt bra mottagande. & Other Stories öppnade åtta butiker i sju länder redan under 2013 samt onlineförsäljning på tio marknader.

Att bygga upp ett nytt varumärke tar tid och innebär stora investeringar och kostnader både initialt och under utrullningsfasen. COS är ett framgångsrikt exempel på en liknande satsning som sedan starten 2007 har utvecklats till att bli ett internationellt väletablerat modevarumärke på 19 marknader. COS, som utvecklades mycket väl under 2013, öppnade 21 nya butiker under året, vilket motsvarar en butikstillväxt på drygt 30 procent.

H&M SPORT

Ett annat exempel på våra långsiktiga investeringar är vårt utökade H&M Sport som lanserades i januari 2014. Sortimentet, som finns för dam, herr och barn, är betydligt bredare än tidigare med sportkläder och accessoarer i funktionsmaterial utvecklade och anpassade för olika sportaktiviteter. De nya sportkollektionerna, där fokus har lagts på funktion, passform, design och komfort, är framtagna tillsammans med svenska OS-idrottare. Vi är också stolta över att H&M har designat kollektioner för de svenska OS-trupperna för vinter-OS och Paralympics 2014 och även kommer att designa kollektioner för de svenska OS-trupperna till sommar-OS och Paralympics 2016.

Nya H&M Sport har till en början lanserats på våra befintliga onlinemarknader och i utvalda butiker i 18 länder. Mottagandet har varit mycket bra och vi ser fram emot att erbjuda de nya sportkollektionerna i fler butiker och länder framöver.

NYA ONLINEMARKNADER

Ett annat område som vi satsar mycket på är onlinehandeln, som blir allt viktigare. Vår onlineförsäljning fortsätter att utvecklas mycket väl och e-handel på hm.com, som är en av världens mest besökta modesajter, gör att vi når ännu fler kunder med vårt erbjudande. I augusti lanserade vi vår onlinebutik i USA som har mottagits mycket bra av kunderna. Vi fortsätter nu vår online-expansion och ser fram emot att öppna fyra nya onlinemarknader under 2014. Frankrike öppnas under våren/sommaren 2014



H&M-andan bygger på en grundläggande respekt för individen och tron på människors förmåga att ta egna initiativ. Den har funnits med sedan starten 1947 och fortsätter att genomsyra hela företaget även nu, efter många år av kraftig expansion. Vi blir allt fler och bara under det gångna året välkomnade vi över 12 000 nya medarbetare netto. Vi är i dag ett globalt modeföretag med över 116 000 medarbetare och vi fortsätter att skapa nya arbetstillfällen världen över.

UTBLICK

Under 2014 planerar vi att öppna totalt 375 nya butiker netto, väl inom vårt expansionsmål att öppna 10–15 procent nya butiker per år.

Även i år kommer H&M att öppna flera stora flaggskeppsbutiker, bland annat i Melbourne under första halvåret då Australien blir ny H&M-marknad. Filippinerna kommer också att bli ny marknad för H&M i år och så även Indien. Utöver dessa länder planeras ytterligare något nytt H&M-land att öppna i slutet av 2014. Vi räknar med att ha över 3 500 butiker vid slutet av

Vi fortsätter vår online-expansion och ser fram emot att öppna fyra nya onlinemarknader under 2014.

och därefter planeras ytterligare tre stora nya onlinemarknader att öppna senare i år.

HÅLLBARHET - EN DEL AV KUNDERBJUDANDET

Vi vill att all H&M:s verksamhet ska drivas på ett sätt som är ekonomiskt, socialt och miljömässigt hållbart, och vi fortsätter att jobba intensivt med hållbarhetsfrågor inom många olika områden. Därför arbetar vi också dagligen med att erbjuda våra kunder ökad hållbarhet i alla våra kollektioner.

H&M Conscious är namnet på vårt arbete för en mer hållbar framtid inom mode. Läs gärna mer om H&M:s hållbarhetsarbete i vår H&M Conscious Actions Sustainability Report på hm.com.

GEMENSAMMA VÄRDERINGAR

En av de viktigaste nycklarna till H&M:s långsiktigt framgångsrika utveckling är våra gemensamma värderingar som sammanfattas i H&M-andan.

Ovan H&M Sport erbjuder ett breddat sortiment för flera olika träningsformer, till exempel löpning, tennis, yoga och olika utomhusaktiviteter.

2014. Under 2015 planerar vi att öppna den första H&M-butiken i Sydafrika.

Expansionen fortsätter också för våra övriga varumärken, COS, Monki, Weekday, Cheap Monday och & Other Stories – samt för H&M Home. Under 2014 kommer COS till exempel att expandera till USA, Australien, Sydkorea och Schweiz.

Vi har fått en bra start på det nya året, med en stark försäljning i både december och januari. Även om det fortfarande finns makroekonomiska utmaningar på flera av våra marknader ser vi positivt på 2014 som blir ett spännande år med nya länder och nya möjligheter. Vi tror mycket på vårt starka erbjudande och är övertygade om att vi stärker vår marknadsposition ytterligare under året.

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Karl-Johan Persson'.

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

— 2013 I KORTHET —

Årets höjdpunkter

2013 var ett händelserikt år med mer hållbart mode, fem nya marknader, de första H&M-butikerna på södra halvklotet och inte minst lanseringen av det helt nya modevarumärket & Other Stories.



JANUARI

GLOBALT SAMARBETE MED WWF

H&M:s nya globala vattenstrategi introducerades. Framtagen tillsammans med WWF och unik för branschen har strategin som mål att bidra till förbättrad hantering av vattenresurser genom plaggens hela livscykel.



FEBRUARI

VISNING UNDER PARIS MODEVECKA

H&M:s första egna visning under Paris modevecka hölls på Musée Rodin. En kändistät publik fick se toppmodeller som Edita Vilkevičiūtė och Isabeli Fontana bära skraddade plagg i en elegant, lekfull höstkollektion.



FEBRUARI

ÅTERVUNNET BLIR NYTT

Med "Garment Collecting" blev H&M det första modeföretaget att globalt erbjuda klädinsamling i butik. 2013 lämnade kunderna in 3047 ton gamla plagg. Återvunna fibrer används till exempel till att göra nya jeans.



MARS

COS TILL FYRA NYA MARKNADER 2013

COS växer snabbt och kom till fyra nya marknader 2013. I mars blev Norge ny COS-marknad följt av Turkiet och Singapore under hösten. Förenade Arabemiraten tillkom via franchise i början av året.



MARS

CITYMODE MED BRICK LANE BIKES

Till våren lanserade H&M en herrkollektion tillsammans med cykelföretaget Brick Lane Bikes i London. Plagg i ekologiska och återvunna material kombinerade funktion, hållbarhet och snygg citystil.



MARS

H&M PÅ SÖDRA HALVKLOTET

2013 tog H&M steget till Sydamerika och södra halvklotet med en mycket väl mottagen fullsortimentsbutik i Chiles huvudstad Santiago. Över 2 500 kunder köade till öppningen i gallerian Costanera Center.



MARS

PREMIÄR FÖR & OTHER STORIES

Nya modevarumärket & Other Stories, som har fått ett fantastiskt mottagande, lanserades våren 2013. Butiker finns redan i sju länder samt online på tio europeiska marknader.



APRIL

H&M CONSCIOUS FOUNDATION

Familjen Stefan Persson donerade 500 MSEK till H&M Conscious Foundation som stödjer främst projekt för rent vatten, utbildning och stärkt ställning för kvinnor, områden utvalda av H&M-kunder och medarbetare.



APRIL

EKOLOGISK HOLLYWOOD-GLAMOUR

Dam- och herrkonceptet H&M Conscious Exclusive förenar hållbarhet, kvalitet och hög modegrad till bästa pris. Vårkollektionen bjöd på Hollywood-glamour i ekologisk bomull och återvunnen polyester.



MAJ

AVTAL FÖR BRAND- OCH BYGGSÄKERHET

H&M blev det första företaget att skriva på Accord on Fire and Building Safety i Bangladesh – för att ytterligare hjälpa textilindustrin att åstadkomma varaktigt förbättrade säkerhets- och arbetsförhållanden.



JUNI

MONKI OCH WEEKDAY EXPANDERAR

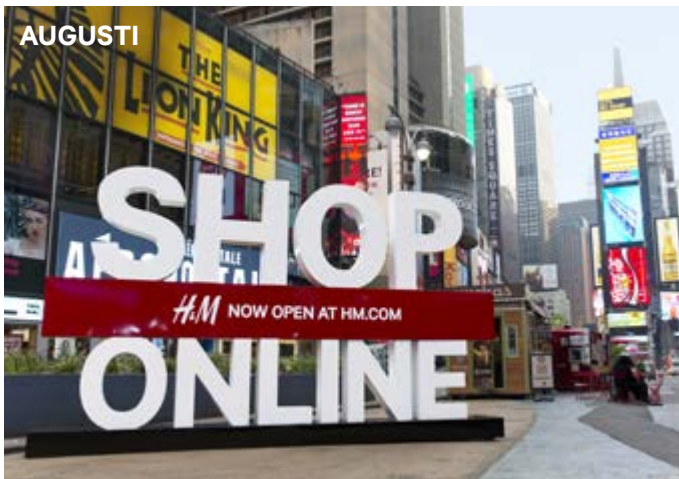
Monki och Weekday blev mycket väl mottagna i Japan där de första butikerna öppnade i Osaka i juni. Under året öppnade Monki dessutom i Tokyo samt på de nya marknaderna Frankrike och Ryssland.



JULI

H&M FOR WATER

25 procent av försäljningen av den årliga kollektionen H&M for Water har gått till WaterAid:s vatten- och sanitetsprojekt. Sedan 2002 har H&M:s kunder hjälpt 230 000 människor att få tillgång till rent vatten.



AUGUSTI

H&M SHOP ONLINE TILL USA

I augusti öppnade H&M:s onlinebutik i USA. Kundernas mottagande har varit mycket positivt och visar att shopping på hm.com är ett efterlängtat komplement till butikerna på H&M:s näst största marknad.



AUGUSTI

FLER ÄN 50 MARKNADER

H&M expanderade till fem nya länder under 2013: Chile, Litauen, Serbien, Estland och, via franchise, Indonesien. Litauen blev H&M:s 50:e marknad med butiksöppningar i Vilnius och Klaipeda i augusti.



SEPTEMBER

BUTIK 3 000

H&M växer snabbt. Det var inte länge sedan koncernens 2 000:e butik öppnade 2010. Bara tre år senare tillkom butik 3 000 i Chengdu, en av Kinas största städer. Kina är H&M:s största expansionsmarknad.



SEPTEMBER

"M" SOM I MAURITZ ARCHIVE

Kollektionen Mauritz Archive refererade till år 1968 när Hennes blev Hennes & Mauritz. Då köptes butiken Mauritz Widforss som sålde jakt- och fritidskläder och sortimentet utökades med herrkläder.

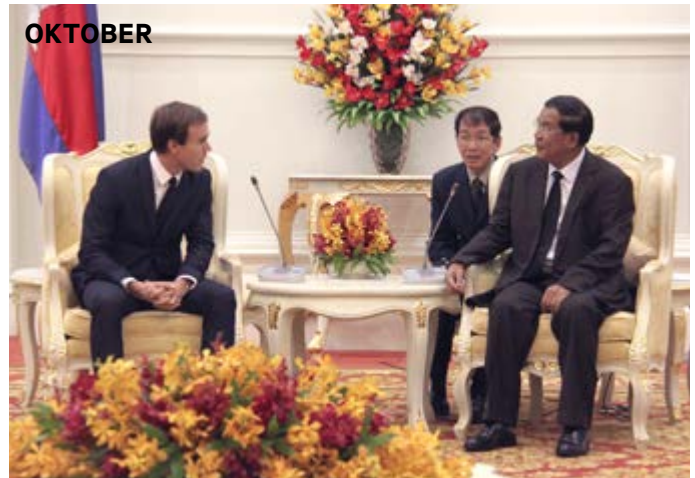
OKTOBER



HALLOWEEN – ALL FOR CHILDREN

Prinsessor, skelett och pirater – till Halloween bjöd kollektionen All for Children på 1700-talsmaskerad. 25 procent av försäljningen gick till UNICEF:s arbete för barns utbildning och hälsa i Bangladesh.

OKTOBER



MÖTE MED KAMBODJAS REGERING

Vd Karl-Johan Persson träffade premiärminister Hun Sen i Kambodja för att diskutera arbetsmarknadsvillkoren inom textilindustrin samt uppmana regeringen till årlig översyn av minimilönerna i branschen.

NOVEMBER



ISABEL MARANT POUR H&M

Parisiska designern Isabel Marants signum är rockig elegans med bohemisk fransk touch. För H&M skapade hon plagg och accessoarer som hon själv älskar att bära, samt sin första ungdoms- och herrkollektion.

NOVEMBER



LADY GAGA PÅ H&M TIMES SQUARE

När H&M öppnade på Times Square fick New York en ny spektakulär flaggskeppsbutik dit över 2 500 kunder kom och firade med megastjärnan och modeikonen Lady Gaga. H&M har över 300 butiker i USA.

NOVEMBER



H&M HOME I NYA LÄNDER

H&M Home:s textilier och inredningsdetaljer för hemmets alla rum erbjuds i allt fler länder. Under 2013 öppnade H&M Home på ett totalt nya marknader, bland annat USA, Polen, Tjeckien och Spanien.

NOVEMBER



PLAN FÖR RÄTTVISA LEVNADSLÖNER

H&M anser att alla textilarbetare ska kunna leva på sin lön. Lönefrågan är en viktig branschfråga och H&M införde 2013 en ny plan för att bidra till förbättrade lönestrukturer i leverantörsledet.



— VÅRA VARUMÄRKEN —

Mode för alla

Hos H&M finns alltid ett brett och varierat sortiment av inspirerande mode. Här hittar kunderna allt från nya trender till hållbara klassiker, som kan bäras säsong efter säsong. Erbjudandet kompletteras av flera självständiga varumärken med egen identitet.

H&M-koncernens egna designers, mönsterkonstruktörer och inköpare arbetar tillsammans i team för att skapa kollektionerna. Dessa team representerar olika åldrar och nationaliteter. Influenser hämtas från hela världen. Allt från resor, filmer, tidningar och konstutställningar till visningar, gatumode, branschmässor och trendseminarier kan föda nya idéer.

Trendkänsla, kvalitet och bästa pris står alltid i fokus när nya kollektioner tas fram. Med flexibel sortimentsplanering och effektiv logistik kan utbudet hela tiden anpassas efter det kunderna vill ha.

Mångfalden i kollektionerna gör att de kan kombineras på många sätt utifrån personlig stil, smak och behov – och sedan bäras över flera säsonger. Det förlänger livscykeln och bidrar till ökad hållbarhet, vilket är av största vikt för dagens medvetna konsumenter.

H&M-koncernen arbetar aktivt för att allt som erbjuds kunderna ska ha tillverkats under goda arbetsförhållanden och med minsta möjliga påverkan på miljön. Koncernen är en stor användare av ekologiska och återvunna material samt cellulosamaterial.

På följande sidor visas ett urval av H&M:s många olika koncept följt av koncernens övriga varumärken, & Other Stories, Cheap Monday,

COS, Monki och Weekday. Samtliga är självständiga, tydligt definierade varumärken med egna butiker och egna uttryck.

I H&M-butikerna finns ett brett och varierat sortiment för dam, herr, ungdom, barn och baby. Plaggen kompletteras med skor, accessoarer och kosmetik samt med heminredning från H&M Home. En spännande nyhet är breddningen av H&M Sport, som förnyats med fokus på prestation och design, för att spegla en alltmer aktiv livsstil. Bland annat har kollektioner tagits fram i samarbete med medlemmar ur de svenska OS-trupperna.

Modevarumärket Cheap Monday erbjuder denim och ungt, säsongsakтуellt mode med influenser från både gata och catwalk. Weekday är en modedestination med stort fokus på jeans och urbant mode. COS erbjuder kollektioner med både klassiska och moderna plagg i exklusiv design, och hos Monki är modet lekfullt och personligt. I och med lanseringen av & Other Stories – en av 2013 års stora modenyheter – finns ett nytt spännande modevarumärke inom koncernen där stor vikt läggs vid detaljer och fina kvaliteter. Här hittar kunderna både kläder och ett brett urval skor, accessoarer och kosmetik med stora möjligheter till personlig styling och egna uttrycksätt.



H&M

2 936 butiker
53 marknader
9 marknader shop online
hm.com



& other Stories

8 butiker
7 marknader
10 marknader shop online
stories.com



3 butiker på 2 marknader
2 000 återförsäljare på mer än
35 marknader
18 marknader shop online
cheapmonday.com



COS

85 butiker
19 marknader
18 marknader shop online
cosstores.com



MONKI

79 butiker
11 marknader
18 marknader shop online
monki.com



**MTWTFSS
WEEKDAY**

21 butiker
7 marknader
18 marknader shop online
weekday.com



H&M

DAM Damsortimentet omfattar allt från de senaste trenderna till uppdaterade modeklassiker. Från enkla vardagskläder och fantastiska partyklänningar till moderiktiga mammaplagg, funktionellt sportmode och underkläder. Som komplement till klädkollektionerna finns även ett brett urval accessoarer. Alltsammans med mode och personlig stil, kvalitet och bästa pris i fokus.



H&M

HERR Män som vill klä sig snyggt, bekvämt och funktionellt hittar alltid något på H&M. Här finns en modern, varierad och flexibel herrgarderob som innehåller både trendiga och klassiska plagg – för livet i storstaden såväl som ute i naturen. I utbudet ingår välsittande kostymer och skjortor för arbete och fest, enklare sköna vardagsplagg, uppdaterade sportkläder samt skor, väskor och andra accessoarer.



H&M

DIVIDED Modeintresserade tjejer och killar hittar ett brett och varierat utbud av kläder och accessoarer på H&M. Divided-avdelningen erbjuder allt från de mest användbara basplaggen, ofta med sportiga influenser, till de senaste trenderna och jeansen. I sortimentet ingår också skor och underkläder. Här finns ungt mode för alla som gillar att skapa sin egen personliga stil.



H&M

BARN På H&M finns allt från sköna basplagg och tuffa jackor till kalas- och partykläder för baby och barn upp till 14 år. Barnkläder på H&M är moderna, bekväma, och alltid omsorgsfullt testade för att leva upp till hårda krav på kvalitet, funktion, säkerhet och hållbarhet. Materialen ska vara mjuka mot huden och plaggen ska tåla livliga lekar och många tvättar.



H&M

&DENIM Denim är den oundgängliga stapelvaran i garderoben för både tjejer och killar och lika tongivande på catwalken som i gatumodet. Därför finns det alltid gott om jeans på H&M. Säsongs nyheter liksom ständigt aktuella klassiker erbjuds i en mängd färger, modeller och tvättar. Dessutom finns ett uppdaterat utbud av skjortor, jackor, klänningar, kjolar och shorts av denim.



H&M

SPORT Med fokus på prestation och design är H&M Sport en del av H&M:s långsiktiga engagemang inom idrottsvärlden. För att spegla en alltmer aktiv livsstil har sortimentet för dam, herr och barn uppdaterats för fler olika träningsformer. Nya plagg har utvecklats i samarbete med toppidrottare för perfekt form och funktion. I utvalda butiker och online säljs ett breddat sortiment av den nya kollektionen.



H&M

UNDERKLÄDER Plaggen som är närmast kroppen är bland de viktigaste i garderoben. På H&M finns alltid såväl sköna underplagg av mjukaste bomull som shapewear för perfekt passform och trendiga plagg i säsongens färger, mönster och material. Herrutbudet kompletteras med David Beckham Bodywear, fotbollslegendens egen linje.



H&M

KOSMETIK Från flirtiga fransar och glittrande läppar till glammiga naglar och trendiga frisyrier. På H&M finns allt som behövs för säsongens make up. Här hittar kunderna skuggor, mascara och lack i de senaste tonerna samt borstar, penslar och andra tillbehör. Inga av H&M:s kosmetiska produkter är testade på djur och samtliga följer minst de lagar och föreskrifter som gäller i respektive försäljningsland.



H&M

ACCESSOARER Modet på H&M handlar om mångfald och personlig stil. För att den breda kundkretsen ska kunna hitta allt som behövs för egen styling och nya kreativa uttryck erbjuds alltid ett stort utbud av accessoarer. Allt från hattar, mössor, scarves och skor till bälten, väskor och smycken för dam, herr, ungdom, barn och baby.



H&M

H&M HOME Mode för hemmet. För kunder som vill ge sitt hem en snabb, enkel uppdatering, eller förvandla det inför högtid och fest, finns här inredningsprodukter i både tidlösa och säsongaktuella färger och mönster. H&M Home erbjuder i första hand hemtextil som handdukar, lakan, gardiner och kuddar. Kollektionerna kompletteras med ett sortiment av dekorativa föremål i glas, metall och trä.



& other Stories

& OTHER STORIES erbjuder kvinnor ett brett sortiment av skor, väskor, accessoarer, kosmetik och kläder. Med en bredd från avskalat och maskulint skräddat till feminint chict ger kollektionerna oändliga stylingmöjligheter. De mångfacetterade kollektionerna designas i ateljéerna i Paris och Stockholm, med stor vikt vid detaljer och kvalitet, alltid till ett bra pris.



CHEAP MONDAY satte de tajta jeansen på modekartan, men är numera ett jeans- och modevarumärke med kompletta dam- och herrkollektioner. Inspirationen hittas ofta i alternativa musik- och ungdomsrörelser, från 90-talets klubbscene till grunge-eran. Cheap Monday finns hos återförsäljare i mer än 35 länder och via egna Cheap Monday-butiker i Danmark och Storbritannien.



COS

COS erbjuder ett tidlöst mode som lever över säsongen, med plagg som är både klassiska och moderna för kvinnor och män som vill ha en exklusiv design och bra kvalitet till ett överkomligt pris. Kvalitet och detaljer är närvarande i alla varumärkets aspekter, från den höga nivån på kundservice, till en njutbar butiksmiljö och vackra förpackningar.




MONKI står för ett personligt, lekfullt uttryck och en unik shoppingupplevelse. Här finns mångsidiga kollektioner för unga kvinnor (men Monki handlar om stil, inte ålder) inspirerade av dagens mode med en twist av nordisk och asiatisk streetstyle. Plagg och accessoarer presenteras i butikskoncept som är en egen värld präglad av storytelling, kreativitet och färgstark grafisk form.



**MTWTFSS
WEEKDAY**

WEEKDAY är en modedestination med stort fokus på jeans och urbant mode för tjejer och killar, alltid till ett bra pris. Här säljs egna varumärken som till exempel MTWTFSS Weekday, MTWTFSS Collection och Weekday Storemade tillsammans med en mix av vintage och externa varumärken.



Klänning 999:–

Ökad hållbarhet för fortsatt tillväxt

H&M:s mål är att fortsätta att växa, och skapa värde för kunder och medarbetare samt bidra till länders tillväxt och välfärd. Hållbarhetsarbetet är en förutsättning för denna utveckling och är därför en integrerad del av verksamheten.



H&M gör mode och bra kvalitet tillgängligt och prisvärt för människor världen över. Detta är möjligt genom att H&M har egen design, inga mellanhänder, köper stora volymer av rätt vara från rätt marknad, har en effektiv logistik och kostnadsmedvetenhet i alla delar av verksamheten. Med affärsidén att erbjuda kunderna mode och kvalitet till bästa pris har H&M vuxit till ett globalt företag, som är arbetsplats för över 116 000 människor och vars långsiktiga expansion bidrar till utveckling av länder och välfärd. Hållbarhet är en integrerad del av denna verksamhet och innefattar bland annat frågor om miljö, etik och mänskliga rättigheter.

H&M verkar som direkt köpare och säljare på ett stort antal marknader och bidrar på det sättet till handel mellan länder. Internationell handel spelar en avgörande roll för länders utveckling eftersom det skapar arbetstillfällen och ekonomisk tillväxt. H&M:s verksamhet bidrar totalt till över en miljon arbetstillfällen, inte minst för kvinnor, till stor del i textilindustrin i Asien, där många av H&M:s inköpsmarknader finns. H&M har ingen egen tillverkning utan lägger ut tillverkningen av varorna till fristående leverantörer. Arbetstillfällena hos dessa exporterande klädtillverkare blir för många länder början till en vidare industriell utveckling, med ökad produktivitet och högre löner. Dessa arbetstillfällen hjälper till att lyfta människor

och nationer ur fattigdom. Den fortsatta närvaron av långsiktiga, ansvarsfulla inköpare är därför viktig för ländernas framtid.

H&M är beroende av stabila inköpsmarknader och vill att människor betalas en lön som går att leva på och att de behandlas med respekt. H&M använder därför sin storlek och sitt inflytande och engagemang för att driva utvecklingen mot varaktigt bättre arbetsförhållanden inom textilindustrin. Just lönerna i leverantörsledet är ett viktigt område där H&M sedan många år har arbetat för bättre villkor för fabriksarbetarna. Läs på nästa sida om H&M:s nya plan för rättvisa levnadslöner.

H&M:s satsningar på sociala förbättringar och minimerad miljöpåverkan sträcker sig även bortom leverantörsledet och längs plaggens hela livscykel – från ansvarsfullt, effektivt nyttjande av naturresurser till hur kunderna vårdar, och återvinner, plaggen de köpt. H&M har till exempel ett globalt vattensamarbete med WWF som är unikt i modebranschen, kemikalierestriktioner som är bland de mest omfattande i branschen och en produktpolicy som beskriver företagets produktansvar gentemot kunder, djurs välfärd och biologisk mångfald.

Det omfattande arbetet för ökad hållbarhet är en investering i H&M:s kunderbjudande och gynnar H&M:s långsiktiga utveckling.

VISION OCH STRATEGI

H&M Conscious är namnet på H&M:s arbete för en mer hållbar framtid inom mode. Visionen är att all H&M:s verksamhet ska drivas på ett sätt som är ekonomiskt, socialt och miljömässigt hållbart. Frågor om hållbarhet särbehandlas därför inte utan finns med överallt i verksamheten.

För att leva efter visionen har H&M sju åtaganden – H&M Conscious Commitments – som går ut på att: erbjuda mode för medvetna kunder; välja och belöna ansvarsfulla partners; vara etisk; vara klimatsmart; minska, återanvända och återvinna; nyttja naturresurser ansvarsfullt; samt stötta samhällsutvecklingen. För att omsätta åtagandena i praktiken bedrivs hundratals aktiviteter – H&M Conscious Actions – inom de olika områdena. Arbetet är en integrerad del av H&M:s verksamhet.

Inom H&M:s hållbarhetsfunktion arbetar cirka 100 personer på inköpsmarknaderna i nära samarbete med H&M:s leverantörer. Ytterligare drygt 20 specialister, som arbetar på hållbarhetsavdelningen på huvudkontoret i Stockholm, ser till att tydliga mål finns med tillhörande nyckeltal som mäter framstegen. Detta team ger också stöd till andra funktioner inom företaget och bedömer effekterna av samtliga aktiviteter. Ansvarig för hållbarhetsavdelningen ingår i koncernledningen och strategiska frågor inom hållbarhet behandlas regelbundet av H&M:s vd och styrelse.

**H&M CONSCIOUS
FOUNDATION**

H&M Conscious Foundation är en ideell global stiftelse som bildades i samband med H&M:s 60-årsjubileum 2007. Stiftelsens uppgift är att nå utanför H&M:s värdekedja och bidra till varaktigt positiv utveckling för människor och samhällen där H&M verkar. Under 2013 donerade Stefan Persson med familj 500 miljoner kronor till H&M Conscious Foundation, som nu har möjlighet att förbättra människors livsvillkor i de länder där H&M verkar. Det är ett stort steg framåt för stiftelsen, som de kommande åren ska använda sina resurser för att stödja tre globala utvecklingsområden: rent vatten, utbildning, samt stärkt ställning för kvinnor. Dessa områden har FN:s millenniemål som utgångspunkt och har röststats fram av H&M:s kunder och medarbetare.



GLOBALT VATTENSAMARBETE MED WWF

Vatten spelar en stor roll i produktion och användning av ett klädesplagg, från bomullsodling till tygtillverkning och tvätt. Vatten är också en begränsad naturresurs. Därför har H&M tillsammans med WWF utvecklat en global strategi för förbättrad hantering av vattenresurser inom modeindustrin. I det treåriga partnerskapet ingår satsningar för att effektivisera H&M:s interna vattenförbrukning, utbilda medarbetare, minimera leverantörernas vattenpåverkan samt motivera och inspirera H&M:s kunder till en ansvarsfull användning. Dessutom inleds samarbeten med organisationer, andra företag och offentliga beslutsfattare för en bättre hantering av utsatta flodområden i Kina och Bangladesh.

PLAN FÖR RÄTTVISA LEVNADSLÖNER

H&M anser att alla textilarbetare hos H&M:s leverantörer ska kunna leva på sin lön. Lönefrågan är en viktig branschfråga för textilindustrin i inköpländerna och eftersom H&M vill bidra till varaktigt positiv utveckling, arbetar H&M sedan många år aktivt för att stärka textilarbetarnas ställning och bidra till en fungerande dialog på arbetsmarknaden. H&M verkar också genom att påverka beslutsfattare och vissa löneökningar har också skett. H&M:s vd Karl-Johan Persson har besökt både premiärministern i Bangladesh, under 2012, och i Kambodja, under 2013, för att diskutera arbetsmarknadsvillkoren inom textilindustrin i dessa länder samt uppmana till årliga lönevideringar. Potentialen att förbättra lönestrukturerna både på nationell nivå och på fabriksnivå är fortfarande stor och H&M har därför infört en ny plan för arbetet med lönefrågan. Planen, som utgår från en helhetssyn, innefattar bland annat förbättrade inköpsrutiner, fortsatta utbildningar av arbetarna i textilbranschen för ökad kompetens och högre



ingångslöner samt åtgärder för att leverantörernas anställda regelbundet ska kunna förhandla sina löner kollektivt genom demokratiskt valda arbetstagarrepresentanter.

Även samarbeten med bland andra IF Metall, SIDA och ILO ingår i planen. Satsningen strävar efter att bidra till mer stabila inköpsmarknader, vilket gynnar både H&M och leverantörerna.

HÅLLBARHETSRAPPORT PÅ HM.COM

På hm.com/conscious finns H&M:s fullständiga hållbarhetsrapport, som följer riktlinjerna för hållbarhetsredovisning G4, enligt Global Reporting Initiative (GRI) samt uppförandekod, leverantörerslista, policyer och Code of Ethics.

NYCKELTAL INOM HÅLLBARHET

På nästa uppslag visar sex utvalda nyckeltal utvecklingen för H&M:s hållbarhetsarbete inom några viktiga områden.

Nyckeltal inom hållbarhet



MER HÅLLBARA MATERIAL

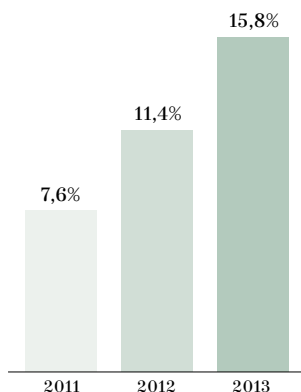
H&M drivs med fokus på långsiktig tillväxt. För att säkra en hållbar tillgång till råvaror arbetar H&M för minimerad miljöpåverkan och sociala förbättringar även i detta led, och strävar efter att varje år öka andelen mer hållbara material i sortimentet. Dessa material – till exempel ekologisk bomull, återvunnen polyester, Tencel® och återvunnen ull – ökade som en andel av sortimentet från 9 procent 2012 till 11 procent 2013 och finns i såväl basplagg som i kollektioner med hög modegrad, till exempel H&M:s årliga Conscious Exclusive Collection.

MÅL

Bomull är den råvara som H&M använder mest. H&M:s mål är att senast från år 2020 ska all bomull som används vara mer hållbar bomull. H&M är till exempel redan en av världens största användare av ekologisk bomull. Med mer hållbar bomull avses, förutom ekologisk bomull, även återvunnen bomull samt bomull odlad under initiativet Better Cotton Initiative, så kallad "Better Cotton". BCI arbetar för att förbättra både sociala och miljömässiga förhållanden inom traditionell bomullsodling.

UTFALL

H&M har fördubblat andelen mer hållbar bomull i sortimentet de senaste två åren till 15,8 procent 2013.



SLUTET KRETSLOPP FÖR TEXTILFIBRER

H&M startade i början av 2013, som första modeföretag i världen, klädinsamling i butiker globalt. Med initiativet "Garment Collecting" erbjuder H&M kunderna på samtliga H&M:s marknader att, i nästan alla H&M-butiker, lämna in begagnade plagg, oavsett skick och märke, för återanvändning och återvinning. För varje påse inlämnade kläder delar H&M som tack ut en rabattkupong att använda vid nästa köptillfälle. Kläderna skickas tillsammans med ordinarie leveranser till närmaste återvinningsanläggning där de sorteras och bedöms. Plagg som är för slitna eller för trasiga för att användas igen återvinns till största delen till råmaterial och nya produkter. På längre sikt vill H&M skapa ett slutet kretslopp för textilfibrer. Genom att råvaran återanvänds, hjälper de inlämnade plaggen till att minska förbrukningen av vatten, energi och kemikalier.

3 047 ton

insamlade kläder 2013.



MÅL

Årlig ökning av inlämnade plagg till H&M:s "Garment Collecting".

UTFALL

Under 2013, det första året med "Garment Collecting", lämnade H&M:s kunder in 3 047 ton begagnade plagg. Redan i början av 2014 lanserar H&M de första plaggen (på bilden ovan) tillverkade av material där återvunna fibrer från insamlade textilier ingår. De nya plaggen – klassiska jeans och jackor i denim för dam och herr – är exempel på hur H&M sluter kretsloppet för textilier.

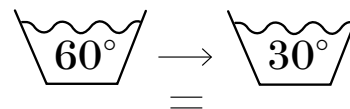


MINSKA UTSLÄPP AV VÄXTHUSGASER

H&M arbetar för att minska mängden växthusgasutsläpp i ett plagg livscykel. För att minska utsläppen från den egna verksamheten, parallellt med en långsiktig expansion, strävar H&M efter en alltmer effektiv energianvändning och arbetar bland annat för att använda endast energi från förnybara källor. Under 2013 kom 18 procent av H&M:s elförbrukning från förnybara källor.

H&M:s egna verksamhet står emellertid för endast en liten del av ett plagg totala klimatpåverkan. För att bidra till minskade utsläpp i de andra delarna av plaggens livscykel arbetar H&M till exempel genom att använda mer miljösamma material, hjälpa leverantörer att öka energieffektiviteten i deras verksamhet samt välja mer hållbara transporter när varorna fraktas. Cirka 90 procent av alla transporter sker med tåg eller båt.

En av de största delarna av ett plagg totala klimatpåverkan sker när kläderna tvättas och vårdas. Genom att sänka temperaturen vid tvätt från 60 grader till 30 grader sparas till exempel 50 procent energi. H&M har bland annat introducerat symbolen clevercare på plaggens tvättetiketter. Clevercare.info ger råd om mer miljösamt klädvård.



50% LÄGRE ENERGIÅTGÅNG

MÅL

Minska utsläppen av växthusgaser från den egna verksamheten i absoluta tal årligen från och med 2015, trots H&M:s fortsatta expansion.

UTFALL

Utsläppen av växthusgaser uppgick till cirka 356 000 ton 2013, jämfört med cirka 326 000 ton 2012.

MINSKA ENERGI-FÖRBRUKNINGEN

H&M strävar efter att minska elförbrukningen och använda energi mer effektivt. Ökad energieffektivitet bidrar till minskad miljöpåverkan och god kostnadskontroll. Butikerna står för mer än 70 procent av all den energi H&M använder i den egna verksamheten. Energiförbrukningen har minskats såväl i nybyggda butiker som i ombyggda och äldre butiker. Allt fler butiker utrustas med egna energimätare för att öka kontrollen över elförbrukningen ytterligare och möjliggöra en ännu mer effektiv användning.

14% minskad
elförbrukning 2007–2013.

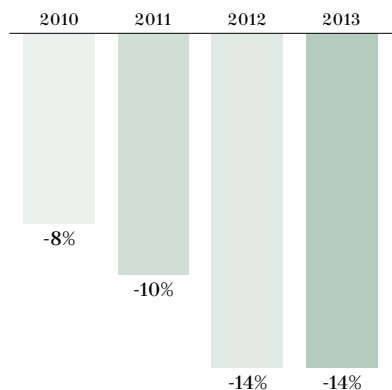


MÅL

Minska elförbrukningen per kvadratmeter i H&M-butikerna med totalt 20 procent till år 2020, jämfört med 2007.

UTFALL

H&M-butikernas elförbrukning per kvadratmeter har minskat med 14 procent från 2007 till 2013.



EFTERLEVNAD AV UPPFÖRANDEKODEN

H&M har inga egna fabriker utan lägger i stället ut tillverkningen till cirka 900 fristående leverantörer med totalt cirka 1 900 fabriker. H&M strävar efter nära samarbeten och långsiktiga relationer med leverantörerna och bedriver ett omfattande hållbarhetsarbete i detta led sedan många år tillbaka. H&M har metoder för att välja bästa möjliga leverantörer och fabriker och hjälper dem sedan att utvecklas vidare mot ökad hållbarhet genom bland annat utbildningar, stöd och samarbeten inom olika områden.

H&M ställer höga sociala och miljömässiga krav på leverantörerna. För att säkra att tillverkningen sker under goda arbetsförhållanden och med hänsyn till miljön, kontrollerar H&M hur väl leverantörerna och deras fabriker lever upp till H&M:s uppförandekod, som infördes 1997. Utöver uppförandekodens minimikrav, som varje fabrik måste leva upp till för att få samarbeta med H&M, ställer H&M utifrån koden även ett antal ytterligare krav. Dessa krav kan leverantörerna uppfylla enligt en poängskala 1–100, där uppnådd poäng indikerar leverantörernas utveckling mot ökad hållbarhet. För att mäta hur väl leverantörerna levde upp till dessa krav under 2013 gjorde H&M bland annat 3 121 fabriksinspektioner och 11 549 intervjuer med fabriksarbetarna om deras arbetsförhållanden.

MÅL

Leverantörerna ska varje år uppnå högre efterlevnad av uppförandekoden – enligt skalan 1–100 poäng, som visar efterlevnad utöver uppfyllda minimikrav.

UTFALL

Leverantörernas efterlevnad av uppförandekoden – utöver att uppfylla minimikraven – ökade från i genomsnitt 77,3 poäng av 100 möjliga 2012, till 77,8 poäng 2013. H&M:s strategiska leverantörer (som tillverkar cirka 60 procent av H&M:s samtliga produkter) ökade från 79,1 poäng 2012 till 80,1 poäng 2013.

ANTIKORRUPTION

H&M har nolltolerans mot alla former av korruption, något som är starkt kopplat till H&M:s värderingar och också i linje med företagets engagemang för mänskliga rättigheter och hållbar utveckling. Detta åtagande stöds av H&M:s Code of Ethics, som antogs 2003 och uppdateras löpande. Koden tillåter till exempel inte vare sig mutor eller "facilitation payments" ("smörjmedelspengar"), är restriktiv vad gäller representation och innehåller en nej-tack-till-gåvor-policy.

Alla berörda H&M-medarbetare och alla leverantörer måste underteckna Code of Ethics innan de anställs eller inleder samarbete med H&M. Företaget informerar och utbildar både medarbetare och leverantörer.

Riskbedömningar gällande korruption görs för alla företagets affärsenheter regelbundet. H&M arbetar även aktivt med att förebygga, upptäcka och åtgärda överträdelser mot koden och tar också ansvar för att följa upp rapporterade incidenter grundligt. Företaget tillhandahåller också en whistleblowing-funktion för rapportering av eventuella överträdelser där man kan vara anonym.

Sedan 2013 är H&M även medlem i Transparency International Sverige som Corporate Supporter. Transparency International är en oberoende global organisation som bekämpar all form av korruption och arbetar för ökad transparens i både privat och offentlig sektor.

H&M har nolltolerans mot alla former av korruption.

MÅL

Upptäcka samtliga överträdelser mot H&M:s Code of Ethics.

UTFALL

Under 2013 utredde H&M 36 incidenter. Av dessa var 18 överträdelser som ledde till åtgärd.

OM NYCKELTALENS GRANSKNING

De sex nyckeltalen på detta uppslag (sid 34–35) har granskats översiktligt av bolagets revisorer, för bestyrkanderapport se H&M:s hållbarhetsrapport 2013.

— VÅRA MEDARBETARE —

Medarbetarna växer med H&M

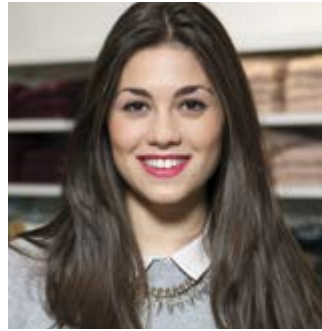
På H&M bidrar starka gemensamma värderingar till att skapa energi och engagemang. Det ger en öppen och dynamisk arbetsplats där alla kan arbeta tillsammans för att uppnå gemensamma mål – och varje medarbetare gör skillnad.





”Jag tror att H&M växer så fort eftersom vi ges mycket eget ansvar. Man vill alltid göra sitt bästa.”

Fred Ghazouani,
Sales advisor



”Teamkänslan är allt! Vi hjälper varandra och jobbar mot samma mål. Det blir en skön stämning.”

Delphine Trioanelli,
Visual Merchandiser



”Kollegor som gör ett fantastiskt jobb och provar nya roller gör mig stolt.”

Rafik Chabradi,
Floor Manager



”Jag vet att jag gör skillnad. Resultatet av mina idéer och mitt arbete syns direkt.”

Diane Barthélemy,
Sales advisor

H&M tror på människors förmåga att ta egna initiativ. Därför är ingen karriärväg utstakad i förväg utan var och en kan göra sin egen resa. H&M har en stark global närvaro vilket innebär stora möjligheter till utveckling för medarbetarna.

Som ett av världens ledande modeföretag behöver H&M alla typer av kompetenser för att kunna fortsätta expandera. Därför uppmuntras medarbetarna att sätta upp egna mål för sin utveckling och karriär. Inom koncernen används arbetsrotation och internrekrytering, och de flesta av H&M:s ledare är internrekryterade.

EN ARBETSGIVARE – OÄNDLIGA MÖJLIGHETER

Bredden och variationen bland yrkesrollerna är stor och varje position kan vara steget mot något nytt. Valmöjligheterna är stora både för de medarbetare som just har börjat på H&M och de som har arbetat i företaget under många år.

Ett jobb inom försäljning kan till exempel leda vidare i en mängd olika riktningar. Det finns över 3 200 butiker på 53 marknader. I samtliga butiker samarbetar kollegor som har flera olika yrkesroller – allt från säljare till visual merchandisers, som arbetar med presentationen av kollektionerna, och butikskontröller. I koncernen ingår flera varumärken vilket också öppnar för olika karriärmöjligheter.

En karriär kan också röra sig inom och mellan olika funktioner. H&M är ett idédrivet och innovativt företag och flera spännande roller finns inom bland annat design, inköp, hållbarhet, produktion, distribution, IT, HR, online, expansion, inredning och ekonomi. Flera av yrkena, som till exempel

projektledare, controller och area manager förekommer inom flera funktioner och i de flesta länder.

MÅNGFALD OCH JÄMLIKHET

H&M tror på en öppen och inkluderande arbetsplats, där mänskliga rättigheter respekteras och kollegor behandlar varandra med integritet, respekt, ödmjukhet och värdighet. Att leva H&M:s värderingar är en självklarhet.

Mångfald och jämställdhet är prioriterade frågor som H&M sedan länge arbetar med dagligen inom hela företaget. Mångfald hjälper H&M att attrahera, rekrytera och behålla medarbetare med rätt kompetens.

Teamwork är en av H&M-värderingarna och en viktig del av kulturen i företaget, vilket också speglas i ledarskapet. Det är viktigt att medarbetarna uppmuntras till att ta egna initiativ och till att våga prova nya utmaningar. Därför handlar ledarskapet på H&M om inspiration, delegering, återkoppling och motivation och om att leda genom att vara det goda exemplet.

GODA RELATIONER

H&M:s verksamhet bygger på stor respekt för individen. Det gäller många aspekter – från rättvisa löner,

Fler än 116 000 medarbetare världen över.

Motstående sida
Kollegor tillsammans i H&M:s butik i So Ouest-gallerian i Levallois, utanför Paris.

arbetstider och fackföreningsfrihet, till att alla har samma möjligheter att växa och utvecklas inom företaget. Att vara en bra arbetsgivare är särskilt viktigt i de länder där lagar och förordningar inte når upp till H&M:s egna normer och krav. H&M tror på öppna dörrar och högt i tak, vilket innebär att varje medarbetare kan diskutera alla arbetsrelaterade frågor direkt med sina ledare.

Som H&M-anställd har man rätt till kollektivavtal. Företaget strävar hela tiden efter att ha goda relationer med såväl medarbetare som med de arbetstagarorganisationer och fackföreningar som representerar medarbetarna.

H&M FORTSÄTTER ATT VÄXA

I dag arbetar över 116 000 människor på H&M och antalet medarbetare ökar snabbt. Bara under 2013 tillkom över 12 000 personer netto. Expansionen är snabb och långsiktig. Under 2014 planeras till exempel 375 nya butiker netto, nya länder tillkommer och expansionen med online fortsätter till fler marknader. Det betyder att rekryteringsbehovet i många länder och för många olika typer av positioner kommer att vara stort även framöver.

H&M tror på människors förmåga att ta egna initiativ. För medarbetarna innebär det stora möjligheter till utveckling.



”Det här är mitt drömjobb”

Patrice Migeon har världen som sin arbetsplats. Han tillhör H&M:s globala HR-team och arbetar i den grupp som koordinerar rekrytering och utbildning av medarbetare på nya marknader.

”Det här är mitt drömjobb. Jag får åka till platser som jag aldrig trodde att jag skulle få uppleva och jag får lära känna människor med olika bakgrund och se dem utvecklas tillsammans”, säger Patrice Migeon, som bor i Paris men delar sin tid mellan Europa, Asien och Australien.

Resan mot drömjobbet började för 17 år sedan. Den modeintresserade, före detta engelskläraren Patrice var 33 år och arbetade i en fransk herrklädesbutik. H&M fanns på den tiden på elva marknader, Frankrike skulle snart bli den tolfte och medarbetare söktes till den första Paris-butiken som skulle öppna 1998, på Rue de Rivoli.

”Jag såg platsannonsern i tidningen. Det var en helsida med en stor modebild. Det stod något om att ’vi är från Sverige’, och lite om vilka roller som söktes men ingenting om krav på utbildning eller så. Texten handlade i stället om H&M:s värderingar. Jag hade aldrig sett något liknande förut. Det var en platsannons som talade till människor”, minns Patrice. Han, som aldrig satt sin fot i en H&M-butik, tänkte, ”det här ska bli min nästa och sista arbetsgivare”.

Patrice blev H&M:s allra första medarbetare i Frankrike. Efter några månaders träning och praktik i grannlandet Belgien var han med och öppnade butiken på Rue de Rivoli där han till en början fick ansvar för

barnavdelningen. Snart hade han provat på samtliga avdelningar och blev kort därefter ansvarig för hela butiken, som i rask takt fick sällskap av fler. Patrice skötte två butiker när han en dag fick frågan av sin chef om han ville hjälpa till mer med just HR.

”Jag har alltid intresserat mig för människor och hade ju bland annat jobbat som lärare, men det var så länge sedan och jag var överraskad att någon lagt det på minnet. För mig

Ovan Patrice Migeon på besök i Stockholm. Nedan Tokyo, där Patrice var med och rekryterade medarbetare inför öppningen av H&M:s första butik i Japan 2008.

På H&M ligger fokus på vem du är, inte på titlar.



var H&M från början en möjlighet att få jobba i större butiker med fler avdelningar. HR hade inte varit mitt mål men nu fick jag chansen att jobba med både mode och med att lära ut.”

H&M expanderade fort i Frankrike och rekryteringsbehovet växte.

”I början dubblade vi antalet butiker varje säsong. Vi hittade på vip-event och andra nya sätt att hela tiden locka till oss medarbetare. Vi arbetade inte efter några direkta riktlinjer, vi gjorde det vi kände behövde göras. Men Frankrike är en stor marknad och efterhand var vi såklart tvungna att strukturera upp organisationen, jag tog alltmer ansvar och rollen blev tydligare.”

MOT NYA LÄNDER

Patrices engagemang uppmärksammades. När H&M tog steget till USA år 2000 fick han hjälpa till att rekrytera medarbetare i New York och efter ytterligare en tid fick han frågan från dåvarande HR-chefen om han ville dela med sig av sina erfarenheter på en global nivå.

”Jag tackade både ja och nej. Självklart ville jag, men jag bad att få återkomma, vi hade så mycket att göra i Frankrike och jag var inte beredd att lämna teamet där. När jag väl återkom och sa att jag var redo blev svaret: H&M ska snart öppna i Kina, kan du åka dit?” Tio dagar senare satt Patrice på planet till Hongkong. ”I början var det meningen att jag skulle jobba hälften av min tid med Kina och hälften med Frankrike men Kina tog nästan all min tid.”

Så småningom var det dags att rekrytera även i Japan som blev nästa H&M-marknad och sedan dess har Patrice varit med och strukturerat HR-arbetet på 12 nya marknader.

”Min roll har vuxit i takt med företaget. På H&M ligger fokus på vem du är, inte på titlar och examensbevis. Jag har hela tiden varit öppen och lyhörd för vad som händer omkring mig, och människor har bjudit in mig att prova nya saker.”

Han tycker själv att det som ger mest med jobbet är när han får ge människor nya möjligheter.

”Det är fantastiskt. Men ibland förstår jag inte hur vi verkligen lyckas få det att fungera, hur vi alla, från vitt skilda kulturer och med olika bakgrund utvecklas och arbetar mot samma mål. Jag tror att det beror på de gemensamma värderingarna. De är människofokuserade och därför är de universella.”

Patrice säger att visst är företaget affärsdrivet. ”Men det är människorna som är hjärtat av H&M, och värderingarna är länken som för människorna tillsammans.”

H&M-andan – starka gemensamma värderingar

En av de viktigaste nycklarna till långsiktig framgångsrik utveckling är de starka värderingar som sammanfattas i H&M-andan. H&M-andan bygger på grundläggande respekt för individen och tron på människans förmåga att ta egna initiativ. Den har funnits med sedan den allra första butiken öppnade år 1947 och genomsyrar hela företaget.

H&M-andan fungerar som riktmärke för hur alla i koncernen arbetar tillsammans. Flexibilitet, ödmjukhet och prestigelöshet har vävts in i de gemensamma värderingarna och skapar en arbetsplats

där beslut kan fattas effektivt, där medarbetarna kan arbeta tillsammans i snabbt tempo och där man vågar lita på varandras kunskap och förmåga.

På H&M bidrar gemensamma värderingar till att skapa energi och engagemang. Det leder till en öppen, kreativ och dynamisk arbetsplats där lagarbete är nyckeln till framgång och till att medarbetarna kan växa tillsammans, både professionellt och personligt. Tillsammans formar värderingarna en kultur som gör H&M unikt.

Vi tror på människan
Vi är ett team | Entreprenörsanda
Rakt på sak med öppet sinne
Ständiga förbättringar
Enkelhet | Kostnadsmedvetenhet



H&M INCENTIVE PROGRAM – BELÖNINGSPROGRAM FÖR ALLA PÅ H&M

Medarbetarna är nyckeln till H&M:s framgång. För att visa sin uppskattning har H&M belöningsprogrammet HIP – H&M Incentive Program – som uppmärksammar medarbetarnas dagliga och långsiktiga engagemang. Genom HIP får anställda (oavsett lön, roll och del- eller

heltid), som arbetat minst fem år inom koncernen del av företagets vinstökningar, samt fram till 2021, del i den gåva som skänkts av familjen Stefan Persson, i form av H&M-aktier motsvarande cirka en miljard kronor. Gåvan fördelas i andelar per år fram till år 2021.

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. Regler för utbetalning avviker i några länder på grund av land-specifik lagstiftning.

Mer om H&M:s medarbetare finns att läsa på hm.com. Där finns också mer information om yrkesområden, utbildningar, belöningsprogram, förmåner och H&M som arbetsgivare.

— EXPANSION —

Expansion världen över

H&M fortsätter att växa med nya butiker och online.
Expansionen sker på befintliga marknader och i nya länder,
med samtliga varumärken och nya koncept.



H&M växer snabbt och under 2013 skruvades takten upp ytterligare. Butiker öppnade på bästa läge på etablerade marknader och i nya länder. Samtidigt fortsatte expansionen online, bland annat med den framgångsrika lanseringen av H&M:s onlinebutik i USA – en viktig milstolpe i en långsiktig global uttrullning.

Med över 3 200 butiker på 53 marknader har H&M en stark global närvaro. I snitt öppnades fler än en ny butik om dagen under 2013 och totalt tillkom 356 nya butiker netto. Flest nya butiker öppnade i Kina (läs mer på sida 44–45), följt av USA.

För tredje året i rad öppnade H&M i fem nya länder: Chile, Litauen, Serbien, Estland och, via franchise, Indonesien. Överallt har responsen varit lika positiv. Flaggskjeppsbutiken i Santiago de Chile på bästa läge i gallerian Costanera Center är inte bara den första H&M-butiken i Sydamerika, det är även den första på det södra halvklotet. Redan på öppningsdagen köade tusentals förväntansfulla kunder för att få shoppa på H&M.

NYA VARUMÄRKEN EXPANDERAR

Expansionen fortsätter också med Cheap Monday, COS, Monki, Weekday och det allra nyaste modevarumärket, & Other Stories, som lanserades våren 2013. Efter ett fantastiskt kundmottagande har & Other Stories redan åtta butiker i sju städer i Europa. Även COS växer snabbt. Sedan lanseringen 2007 har fler än 85 butiker i 19 länder öppnats.

Varje varumärke i koncernen har sin egen identitet som känns igen



H&M växer snabbt och finns alltid på bästa läge. 2013 öppnade de första butikerna på södra halvklotet.

Motstående sida H&M:s onlinebutik i USA öppnade i augusti 2013.

Överst Nyöppning av H&M vid Oxford Circus i London.

Till vänster H&M:s första butik i Tallinn i Estland. **Nederst** Vilnius i Litauen.

Till höger H&M:s flaggskeppsbutik på Via del Corso i Rom öppnade hösten 2013.

i de olika butikerna. Det gäller även H&M-butikerna sinsemellan med sina många koncept – till exempel heminredningskonceptet H&M Home, som finns i allt fler länder, och sportkonceptet H&M Sport, som har breddats, uppdaterats och nylanserats i början av 2014.

Den bredd och variation som finns inom H&M ger flexibilitet att utnyttja lokaler av olika storlek, utformning och karaktär. H&M äger inga butikslokaler utan hyr dem

Under 2013 öppnade i snitt fler än en butik om dagen.

i stället på tidsbegränsade kontrakt. Bland de nya öppningarna 2013 märks flaggskeppsbutiker på adresser som Times Square i New York, Via del Corso i Rom och Shinsaibashi-suji i Osaka.

Samtidigt som nya butiker öppnar världen över uppdateras det befintliga butiksbeståndet kontinuerligt. Butiksmiljön utvecklas ständigt för att hela tiden erbjuda kunderna en ännu bättre upplevelse. Tillsammans med rätt skyltning, styling och varupresentation hjälper inredningen till att förmedla rätt känsla i butikerna och sätta fokus på kollektionerna. Strävan är också att hitta inredningslösningar för ökad hållbarhet.

GLOBAL UTRULLNING ONLINE

Liksom butikerna ska kännas spännande, inbjudande och trendiga, ska kunderna erbjudas en inspirerande shoppingupplevelse även online. Samtliga varumärken erbjuder shopping online: COS, Monki, Weekday och Cheap Monday har onlinebutiker i 18 europeiska länder, och & Other Stories kollektioner går att handla online i tio länder i Europa.

H&M:s onlinebutik finns på hm.com, vilket är en av de mest välbesökta modesajterna i världen. Butiken är lättnavigerad, interaktiv och helt



Ovan H&M:s nya modevarumärke & Other Stories öppnade den första butiken i London den 8 mars 2013. **Nedan till vänster** COS på Via della Spada i Florens, Italien. **Nedan** H&M i Tallinn, Estland. **Till höger** Den första Monki-butiken i Tokyo öppnade 2013.





Ovan H&M:s nya flaggskeppsbutik på Times Square i New York öppnade i november 2013. Megastjärnan och modeikonen Lady Gaga klippte bandet tillsammans med bland andra H&M:s ordförande Stefan Persson och Daniel Kulle, landschef i USA. **Till höger** Den första H&M-butiken i Jakarta i Indonesien öppnade via franchise hösten 2013.



H&M växer på djupet på varje marknad och öppnar i nya länder.

mobilanpassad. H&M erbjuder online i nio länder med USA som senaste tillskott. Kundernas mottagande har varit mycket positivt i USA och arbetet med en global uttrullning pågår. För 2014 planeras fyra nya onlineländer, bland annat Frankrike.

Sedan den allra första butiken öppnade 1947 har H&M vuxit till ett av världens ledande modeföretag. Framgångarna och den goda utvecklingen har under åren gett en stark finansiell ställning. Det finns en handlingsfrihet att ta tillvara affärsmöjligheter.

NYA LÄNDER 2014

Potentialen är stor för fortsatt expansion under många år framöver.

Tillväxtn målet är att öka antalet butiker med 10–15 procent per år. För 2014 planeras 375 nya butiker netto,

samtliga varumärken inräknade.

Australien, Filippinerna och Indien blir nya H&M-länder 2014. Utöver dessa planeras ytterligare någon ny H&M-marknad tillkomma i slutet av året. I Australien öppnar H&M i Melbourne under första halvåret. Det blir en flaggskeppsbutik i den klassiska byggnaden General Post Office, ett av Australiens bästa affärs-lägen. Under 2015 expanderar H&M till Sydafrika.

Expansionen fortsätter också för de övriga varumärkena samt för H&M Home. Under 2014 öppnar COS butik och online i USA samt butiker i Australien, Sydkorea och Schweiz.

För & Other Stories blir Belgien och Nederländerna nya butiksmarknader medan Österrike och Irland blir nya onlinemarknader.



Ökad närvaro i Kina

Från Peking till Guangzhou och från Chengdu till Shanghai.
I Kina syns shoppingpåsarna från H&M allt oftare i storstadsvimlet.
Tillväxten är snabb på H&M:s största expansionsmarknad.



Asien bidrar allt mer till H&M:s snabba expansion. Under de senaste sex åren har H&M öppnat i mer än ett nytt land om året i östra och sydöstra Asien. I dag finns butiker i Kina, Japan, Sydkorea, Singapore, Malaysia, Thailand och Indonesien. Allra störst är expansionen i Kina som på några få år vuxit till att bli en av de största av H&M:s totalt 53 marknader.

ÖVER 200 BUTIKER I KINA

H&M tog första steget till Ostasien våren 2007 i och med öppningar i Hongkong och Shanghai. Redan då översteg kundernas mottagande H&M:s högt ställda förväntningar och sedan dess har den röda H&M-logotypen blivit ett vanligt inslag i gatuvimlet i flera av Kinas miljonstäder – från Peking i norr till Nanning i söder och från inlandets Kunming till Xiamen i öster.

”De senaste åren har vi ökat fokus på denna viktiga tillväxtmarknad”, säger Fredrik Olsson, expansionsansvarig, som hösten 2013 gjorde en av sina många rundresor i Kina. ”Vi finns nu i samtliga av de allra största städerna och vi fortsätter att expandera där samtidigt som vi öppnar butiker i fler växande städer. I Kina finns långt över hundra städer med mer än en miljon invånare.”

Bara under 2013 öppnade H&M 71 nya butiker netto i Kina, en ökning med 53 procent från 2012, som tar det totala antalet i landet till 205. Under hösten öppnade stora butiker i bland annat Hohhot, Suzhou, Shenzhen, Shanghai och Taiyuan. Köerna av förväntansfulla kunder har ringlat långa vid samtliga öppningar.

”Modeintresset är starkt och vi ser att H&M:s olika koncept fungerar lika bra här som i övriga världen. Med vårt breda sortiment kan vi erbjuda allt från barnkläder och basplagg till accessoarer och

kollektioner med hög modegrad”, säger Fredrik.

De nyare varumärkena expanderar också i Kina och övriga Asien. COS har butiker i bland annat Hongkong, Peking, Shanghai och Tianjin samt i Singapore. Monki, som öppnade den första butiken i Hongkong 2010, har i dag även flera butiker på fastlandet i Kina, och även Cheap Monday finns där. Japan blev under 2013 ny marknad för både Monki och Weekday.

NYA UPPLIVELSER

Detaljhandeln i Kina utvecklas snabbt och kunderna söker nya intryck och upplevelser. Liksom på övriga marknader uppdateras butikernas utseende och inredning kontinuerligt för att H&M hela tiden ska kunna bjuda in till en inspirerande miljö.

I början av 2013 nyöppnades den allra första butiken på Kinas fastland,



Kina har på kort tid vuxit till en av H&M:s största marknader. Den snabba expansionen fortsätter.

Motstående sida Shanghai.

Ovan Fredrik Olsson, expansionsansvarig på H&M.

Nedan till vänster Kunder i Shanghai och butiksöppning i Hohhot.

Nedan Guangzhou. **Underst till höger** H&M-koncernens 3 000:e butik öppnade i Chengdu hösten 2013.

belägen på Huaihai Road 645–659 i Shanghai, efter renovering. Fasadens höga välvda fönster ger butikens fyra våningsplan ett behagligt ljus och ny inredningsdesign har satt ytterligare fokus på H&M:s kompletta sortiment för dam, herr, ungdom och barn. Precis som på övriga marknader erbjuds kunderna i de allra flesta H&M-butikerna i Kina även "Garment Collecting" – klädinsamling för textil återvinning och återanvändning.

BUTIK 3 000 I CHENGDU

En av höjdpunkterna under 2013 var öppningen av H&M:s fullsortimentsbutik i den nya shopping-gallerian Fun Square i Chengdu, en av Kinas största städer. Butiken blev koncernens 3 000:e. Öppningen var "trending topic", det vill säga bland de mest omskrivna händelserna, på Sina Weibo vilket är Kinas motsvarighet till Facebook och markerade ännu en milstolpe i H&M:s snabba globala expansion.

"Vi öppnade H&M:s 2 000:e butik i världen i Osaka 2010. Bara tre år senare, i september 2013, öppnade vi vår 3 000:e butik, denna gång här i Kina", säger Fredrik.

För 2014 planeras Kina återigen bli H&M:s största expansionsmarknad.



— EXPANSION —

H&M på 53 marknader

Under 2013 öppnades 356 nya butiker netto och fem nya marknader tillkom. H&M tog steget till södra halvklotet och potentialen för fortsatt expansion är stor.



MARKNADER 2013

NYA MARKNADER 2014

NY MARKNAD 2015

BUTIKSÖVERSIKT 2013

	H&M	<i>& Other Stores</i>	COS	MONKIL	MTWTFSS WEEKDAY	CHEAP MONDAY	SUMMA KONCERNEN
Nya butiker netto under året	308	8	21	20	-	-1	356
Antal butiker 30 nov 2013	2 936	8	85	79	21	3*	3 132**

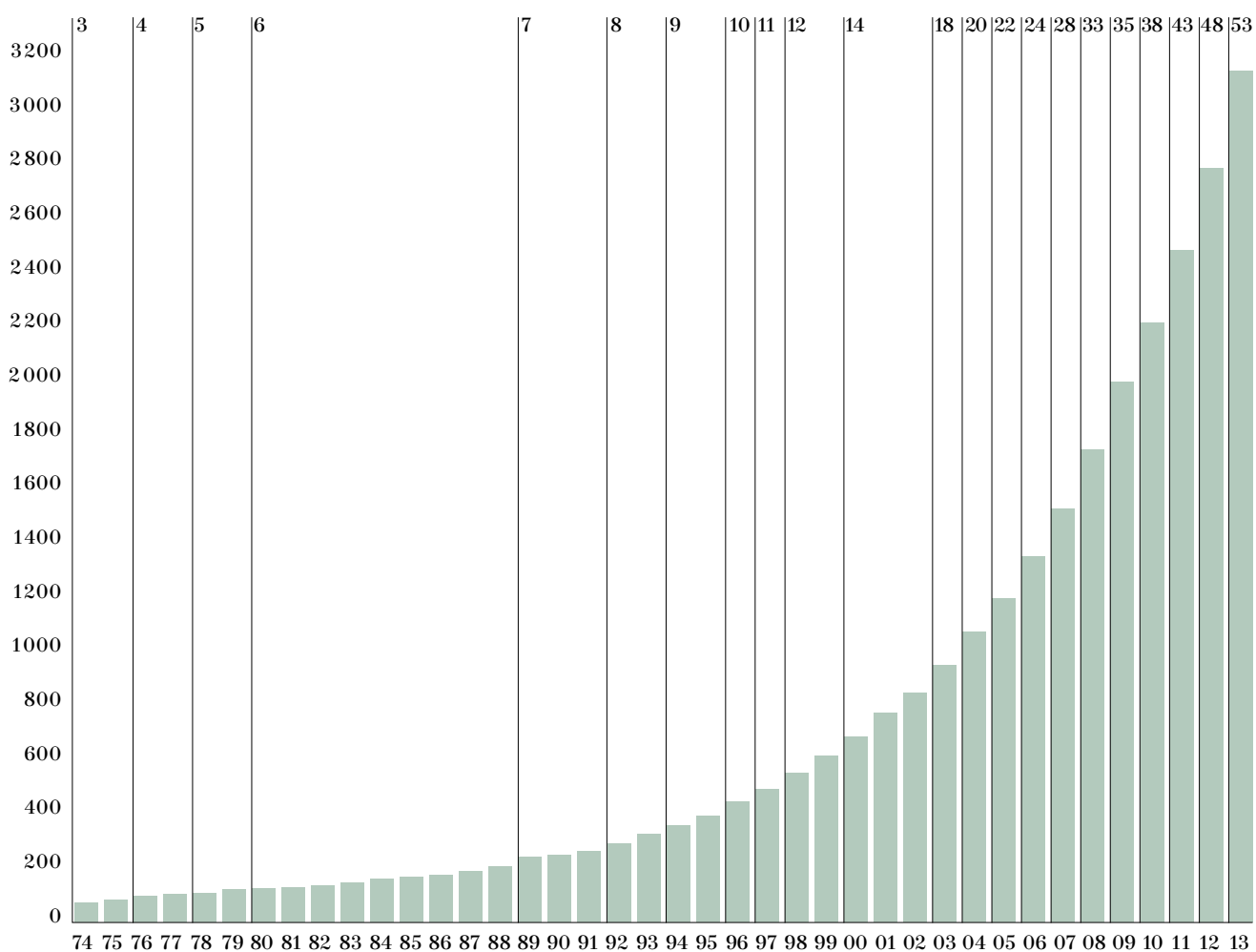
*Cheap Monday säljs främst via 2000 återförsäljare i mer än 35 länder.

**Av totalt antal butiker var 110 franchisebutiker.

EXPANSIONSUTVECKLING 1974* - 2013

ANTAL BUTIKER

ANTAL MARKNADER



* Börsintroduktion 1974

ÅRTAL

H&M genom tiderna

1947 öppnade Erling Persson butiken Hennes i Västerås. Med affärsidén att erbjuda mode och kvalitet till bästa pris har H&M vuxit till ett ledande globalt modeföretag med flera självständiga varumärken.



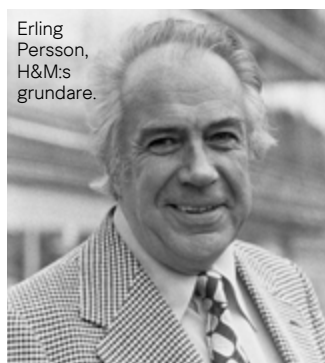
Den första butiken, Hennes i Västerås.

1947

H&M:s historia börjar när grundaren Erling Persson öppnar den första butiken, i Västerås. Butiken säljer damkläder och får namnet Hennes.

1964

Norge blir första utlandsetableringen.



Erling Persson, H&M:s grundare.

1968

1968 köper Erling Persson jakt- och fiskeaffären Mauritz Widforss i Stockholm och ett lager herrkläder följer med köpet. Namnet ändras till Hennes & Mauritz. Herr- och även barnkläder börjar säljas.

1974

H&M noteras på Stockholmsbörsen.

1976

London, Storbritannien, blir den första etableringen utanför Skandinavien.

1980–1999

Den globala expansionen startar med etableringar på nya

marknader som Tyskland, Nederländerna, Belgien, Österrike, Luxemburg, Finland och Frankrike.

2000

De första H&M-butikerna i USA och Spanien öppnar år 2000. Följande år tillkommer fler europeiska marknader.

2004

H&M inleder designersamarbeten och först ut är Karl Lagerfeld, ett gästspel som kommer att följas av många samarbeten med flera av världens stora designers och modeikoner, till exempel "Roberto Cavalli at H&M" från 2007. Den 1000:e H&M-butiken öppnar, i Frankrike, i Boulogne-sur-Mer nära Lille.



"Roberto Cavalli at H&M."

2006

Stor expansion av H&M:s online-handel inleds i Europa. De första franchisebutikerna öppnar, i Mellanöstern.

2007–2009

H&M Conscious Foundation grundas 2007, som en icke vinstdrivande global stiftelse. De första H&M-butikerna i Ostasien öppnar, i Hongkong, Shanghai och Tokyo. H&M växer med nya varumärken, COS lanseras 2007 och 2008 köper H&M mode-företaget FaBric Scandinavien AB med varumärkena Cheap Monday, Monki och Weekday. H&M Home lanseras 2009.



2010

Conscious Collection lanseras för första gången, en kollektion tillverkad av mer hållbara material som till exempel ekologisk bomull och återvunnen polyester. Den 2 000:e H&M-butiken öppnar, i Osaka i Japan.

2011

Belöningsprogrammet H&M Incentive Program – HIP – startar för alla anställda.



2013

Det nya modevarumärket & Other Stories lanseras. H&M startar onlinehandel i USA. I Chengdu i Kina öppnar världens 3 000:e H&M-butik och



de första butikerna på södra halvklotet öppnar i Chile och Indonesien. H&M startar "Garment Collecting" och blir det första modeföretaget att erbjuda klädinsamling i butik globalt för återanvändning och återvinning.

2014

Nya H&M Sport lanseras. Australien, Filippinerna och Indien planeras bli nya H&M-marknader 2014, samt även fyra nya online-länder, däribland Frankrike. Sydafrika ny marknad 2015.



ISABEL MARANT POUR H&M
HÖST 2013

Ullcardigan
1299:-





H&M
i siffror
2013



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 2012-12-01–2013-11-30, hädanefter benämnt som räkenskapsåret 2013 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, & Other Stories, COS, Monki, Weekday, Cheap Monday samt textil heminredning på H&M Home.

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 dagens allt mer medvetna kunder.

H&M-koncernen 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 affärsförhållande. Verksamheten bedrivs i hyrda butikslokaler samt via distanshandel, dvs försäljning via katalog och online, samt franchise. Vid utgången av räkenskapsåret fanns H&M på 53 marknader, varav 13 på franchisebasis. Det totala antalet butiker vid utgången av räkenskapsåret 2013 var 3132, varav 2936 var H&M-butiker, 85 COS-butiker, 79 Monki-butiker, 21 Weekday-butiker, 8 & Other Stories-butiker samt 3 Cheap Monday-butiker. Av koncernens totala butiker var 110 franchisebutiker.

H&M:s sortiment erbjuds även via onlinehandel i Sverige, Norge, Danmark, Finland, Nederländerna, Tyskland, Österrike, Storbritannien och USA. H&M Home, heminredning, säljs via butiker i 17 länder samt via online. COS, Monki, Weekday och Cheap Monday finns på 18 onlinemarknader och & Other Stories finns på tio onlinemarknader.

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 900 fristående leverantörer via H&M:s lokala produktionskontor i främst 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 tvättester, 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 inköpsvolym, 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. H&M satsar 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.

Hållbarhet är en integrerad del av H&M:s verksamhet och innefattar bland annat frågor om miljö, etik och mänskliga rättigheter. 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.

H&M verkar som direkt köpare och säljare på ett stort antal marknader och bidrar på det sättet till handel mellan länder. Internationell handel spelar en avgörande roll för länders utveckling eftersom det skapar arbetstillfällen och ekonomisk tillväxt. H&M:s verksamhet bidrar totalt till över en miljon arbetstillfällen, till stor del i textilindustrin i Asien, där många av H&M:s inköpsmarknader finns. H&M har ingen egen tillverkning utan lägger ut tillverkningen av varorna till fristående leverantörer. Arbetstillfällena hos dessa exporterande klädtilverkarer blir för många länder början till en vidare industriell utveckling, med ökad produktivitet och högre löner. Dessa arbetstillfällen hjälper till att lyfta människor och nationer ur fattigdom. Den fortsatta närvaron av långsiktiga, ansvarsfulla inköpare är därför viktig för ländernas framtid.

H&M verkar för långsiktiga förbättringar för personalen hos leverantörerna som tillverkar H&M:s varor. Det gäller bland annat viktiga frågor som löner, säkerhet och hälsa. H&M:s satsningar på sociala förbättringar och minimerad miljöpåverkan sträcker sig även bortom leverantörsledet och längs plaggens hela livscykel – från ansvarsfullt, effektivt nyttjande av naturresurser till hur kunderna vårdar, och återvinner, plaggen de köpt. H&M har till exempel ett globalt vattensamarbete med WWF som är unikt för modebranschen, kemikalierestriktioner som är bland de mest omfattande i branschen och en produktpolicy som beskriver företagets produktansvar gentemot kunder, djurs välfärd och biologisk mångfald.

Det omfattande arbetet för ökad hållbarhet är en investering i H&M:s kunderbudande och gynnar H&M:s långsiktiga utveckling.

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. Förutom fabriksinspektioner driver H&M många olika aktiviteter och projekt inom olika fokusområden som exempelvis vatten, kemikalier och löner. Eftersom utmaningarna rör hela textilindustrin görs detta ofta i samarbete med andra.

En av H&M:s målsättningar 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 en av de största användarna i världen av ekologisk bomull under 2012.

H&M:s fullständiga hållbarhetsredovisning publiceras årligen på www.hm.com/conscious 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 116 000 medarbetare. Medelantalet anställda i koncernen, omräknat till heltidstjänster, uppgick till 81 099 (72 276), varav 6 868 (6 220) i Sverige.

Av de anställda var 77 procent kvinnor och 23 procent män. Av de anställda som har ansvarspositioner i företaget, som till exempel butikschef och landschefer, var 73 procent kvinnor.

FÖRSÄLJNING OCH RESULTAT

Omsättningen inklusive moms ökade i lokala valutor med 9 procent under räkenskapsåret. Försäljningen i jämförbara enheter var oförändrad. Efter omräkning till SEK ökade omsättningen inklusive moms till MSEK 150 090 (140 948). Exklusive moms ökade omsättningen till MSEK 128 562 (120 799), en ökning med 6 procent.

Koncernens bruttoreultat för räkenskapsåret 2013 uppgick till MSEK 76 033 (71 871), en ökning med 6 procent. Det motsvarar en bruttomarginal om 59,1 procent (59,5).

Rörelseresultatet uppgick till MSEK 22 168 (21 754). Det motsvarar en rörelsemarginal om 17,2 procent (18,0).

Rörelseresultatet för räkenskapsåret 2013 har belastats med avskrivningar om MSEK 4 191 (3 705). Koncernens positiva finansnetto uppgick till MSEK 358 (531).

Resultatet efter finansiella poster uppgick till MSEK 22 526 (22 285).

Koncernens resultat efter en skattesats på 23,9 procent (24,3) blev för räkenskapsåret 2013 MSEK 17 152 (16 867), vilket motsvarar ett resultat per aktie på SEK 10:36 (10:19), en ökning med 2 procent.

Årets resultat innebar en avkastning på eget kapital om 38,5 procent (38,4) och en avkastning på sysselsatt kapital om 50,2 procent (50,3).

RESULTATKOMMENTAR

Året avslutades med en stark försäljningsutveckling. Även om flertalet marknader fortsatte att präglas av utmanande makroekonomiskt läge och många pris- och rea-aktiviteter fortsatte H&M att växa med fortsatt hög lönsamhet och ökade marknadsandelar.

Koncernens onlinehandel, som utvecklades väl under året, är ett mycket viktigt komplement till butikerna. I början av året lanserades en helt mobilanpassad H&M shop online och i augusti lanserades H&M:s onlineförsäljning i USA. Under året har även förberedelser gjorts för en global utrullning till fler onlinemarknader.

Året var mycket öppningsintensivt med ett nettotillskott om 356 nya butiker och vid räkenskapsårets slut uppgick antalet butiker till 3 132. Fem nya H&M-länder tillkom; Chile, Estland, Litauen, Serbien och via franchise, Indonesien. Butiken i Santiago de Chile, som öppnade i mars, var den första H&M-butiken som öppnade i Sydamerika och samtidigt den första H&M-butiken söder om ekvatorn.

De långsiktiga satsningarna fortsatte under året för att bygga ett ännu starkare H&M och säkra framtida expansion. Ett exempel på detta är det nya modevarumärket & Other Stories som sedan lanseringen i mars har fått ett fantastiskt bra mottagande. Att bygga upp ett nytt varumärke tar tid och innebär stora investeringar och kostnader både initialt och under utrullningsfasen.

COS, är ett framgångsrikt exempel på en liknande satsning som sedan starten 2007 utvecklats till att bli ett internationellt väletablerat modevarumärke. COS, som utvecklades mycket väl under 2013, öppnade 21 nya butiker vilket motsvarar en butikstillväxt på drygt 30 procent.

Exempel på andra långsiktiga satsningar är investeringarna inom IT och online samt breddningen av H&M:s produktsortiment. Även om detta har inneburit kostnadsökningar för koncernen är kostnadskontrollen fortsatt god. I jämförbara butiker minskade kostnaderna jämfört med föregående år.

Årets resultat efter finansiella poster påverkades av de ovan nämnda stora långsiktiga satsningarna och av ökade prisnedsättningar i relation till omsättningen jämfört med föregående år. Utöver detta påverkades resultatet jämfört med föregående år av negativa valutaomräkningseffekter om cirka MSEK 600. Valutaomräkningseffekter uppstår vid omräkning av de olika dotterbolagens resultat i lokala valutor till H&M:s rapporteringsvaluta SEK.

SKATT

Den svenska bolagsskatten sänktes den 1 januari 2013 från 26,3 procent till 22 procent. För räkenskapsåret 2012/2013 blev den slutliga skattesatsen 23,9 procent (24,3). Skattesatsens utfall beror på resultaten i koncernens olika bolag och bolagsskattesatserna i respektive land. H&M-koncernens skattesats för räkenskapsåret 2013/2014 beräknas att bli 23–24 procent.

MODERBOLAGET

Moderbolaget hade under räkenskapsåret 2013 en extern omsättning om MSEK 35 (30). Resultatet efter finansiella poster uppgick till MSEK 17 015 (15 888). Investeringar i anläggningstillgångar uppgick till MSEK 161 (125).

FINANSIELL STÄLLNING OCH KASSAFLÖDE

Koncernens balansomslutning per den 30 november 2013 uppgick till MSEK 65 676 (60 173). Den löpande verksamheten genererade ett positivt kassaflöde om MSEK 23 840 (18 900). Kassaflödet påverkades av bland annat utdelningar om MSEK -15 723 (-15 723), investeringar i anläggningstillgångar om MSEK -8 027 (-6 827) och av förändringar i kortfristiga placeringar med löptid 4 till 12 månader om MSEK -311 (3 963). Koncernens kassaflöde för räkenskapsåret uppgick till MSEK -252 (276). Likvida medel inklusive kortfristiga placeringar uppgick till MSEK 17 224 (17 143).

Koncernens soliditet uppgick till 68,9 procent (72,8) och andelen riskbärande kapital motsvarade 73,0 procent (76,1).

Eget kapital fördelat på de utestående 1655 072 000 (1655 072 000) aktierna uppgick per den 30 november 2013 till SEK 27:34 (26:49).

LIKVIDITETSHANTERING

Under 2013 har längsta placeringstid varit åtta 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 helåret 2014 planeras ett nettotillskott om cirka 375 nya butiker. Under 2014 planeras flest butiker att öppnas i Kina och USA. Det finns även fortsatt stora möjligheter till expansion i bland annat Ryssland, Tyskland, Italien och Polen.

Australien och Filippinerna blir nya H&M-länder under 2014. I Melbourne i Australien öppnas den första H&M-butiken under första halvåret 2014 och på Filippinerna öppnar H&M sin första butik i Manilla under hösten 2014. Utöver dessa länder planeras ytterligare ett par nya H&M-länder att öppna i slutet av 2014. H&M kommer även att öppna i Sydafrika under 2015.

Koncernen fortsätter arbetet med den globala utrullningen av nya onlinemarknader. Frankrike öppnas under våren/sommaren 2014 och därefter planeras ytterligare tre stora nya onlinemarknader att öppna under året.

Expansionen för koncernens övriga varumärken COS, Monki, Weekday, Cheap Monday och & Other Stories fortsätter. H&M Home kommer att expandera till cirka 15 nya länder under 2014.

COS kommer att öppna sin första butik i USA under 2014, i Soho, New York samt öppnar även online i USA under 2014. Därutöver blir Sydkorea, Australien och Schweiz nya marknader för COS under 2014 med butiker i Seoul, Melbourne och Genève.

& Other Stories öppnar ytterligare butiker under 2014 både på befintliga och nya marknader, bland annat i Belgien och Nederländerna som blir nya butiksmarknader för & Other Stories. Dessutom blir Österrike och Irland nya onlinemarknader.

I januari 2014 lanserades H&M Sport – ett uppdaterat och utökat sportkoncept för dam, herr och barn. Sortimentet är betydligt bredare än tidigare och består av sportkläder och accessoarer i funktionsmaterial utvecklade och anpassade för olika sportaktiviteter. Lanseringen sker till att börja med på H&M:s befintliga onlinemarknader samt i utvalda H&M-butiker i cirka 18 länder.

ÖVRIG INFORMATION

H&M-koncernen kommer under 2014 att fortsätta att såsom tidigare avge kvartalsrapporter enligt IAS 34 även för första och tredje kvartalet.

RIKTLINJER FÖR ERSÄTTNING TILL LEDANDE BEFATTNINGSHAVARE

Årsstämman den 23 april 2013 beslutade om följande riktlinjer för ersättning till ledande befattningshavare.

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 35 länder exklusive franchiseländer och därför kan kompensationen sinsemellan skilja sig åt. Ledande befattningshavare har fast lön, pensionsförmåner samt andra förmåner såsom tex 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.

Pensionsvillkor 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 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.

ÖVRIGT

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

STYRELSENS FÖRSLAG TILL ÅRSSTÄMMAN 2014 FÖR RIKTLINJER FÖR ERSÄTTNING TILL LEDANDE BEFATTNINGSHAVARE

Styrelsen anser att det är av största vikt att ledande befattningshavare har marknadsmässig, konkurrenskraftig och attraktiv ersättning både vad gäller fast och rörlig kompensation utifrån ansvar och prestation. Styrelsens förslag till ersättningar är för bolagets och aktieägarnas bästa utifrån ett tillväxtperspektiv då det bidrar till att motivera och behålla talangfulla och engagerade ledande befattningshavare.

Styrelsens förslag till riktlinjer inför årsstämman 2014 skiljer sig från tidigare riktlinjer eftersom förslaget till årsstämman 2014 även innehåller kompletterande riktlinjer för ersättning till vissa ledande befattningshavare. Styrelsen har således delat upp riktlinjerna för ersättning till ledande befattningshavare i två delar; generella riktlinjer samt kompletterande riktlinjer.

De generella riktlinjerna, som är desamma som antogs vid årsstämman 2013, vänder sig till en grupp ledande befattningshavare om cirka 50 personer och grundar sig på prestationen året innan kopplat till vissa förutbestämda mätbara mål. De kompletterande riktlinjerna, som vänder sig till cirka en tredjedel av dessa personer, grundar sig på en "stanna kvar-princip". De kompletterande riktlinjerna gäller inte för vd, denne omfattas endast av de generella riktlinjerna.

Styrelsens motivering till de kompletterande riktlinjerna är att – mot bakgrund av H&M:s kraftiga expansionskede och det viktiga utvecklingsskede som H&M befinner sig i inom bland annat multi-brand och multi-channel – se till att dessa nyckelpersoner i ledande befattningar stannar kvar inom H&M-koncernen under detta viktiga utvecklingsskede. Förslaget har beretts i styrelsen med hjälp av externa rådgivare.

Se nedan en mer ingående redogörelse över styrelsens förslag gällande generella samt kompletterande riktlinjer till årsstämman 2014 att besluta om:

GENERELLA RIKTLINJER

Begreppet ledande befattningshavare omfattar vd, övrig koncernledning, landschefer samt vissa nyckelpersoner. Antalet personer som räknas in i begreppet ledande befattningshavare är för närvarande cirka 50.

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 mer än 40 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.

Pensionsvillkor 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 målnöjdhetsmåttet 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.

KOMPLETTERANDE RIKTLINJER

Utöver de generella riktlinjerna har styrelsen även arbetat fram kompletterande riktlinjer för vissa chefer, vilka främst vänder sig till koncernledningen men även till vissa andra nyckelpersoner. Dock omfattas vd inte av de kompletterande riktlinjerna. Sammanlagt är det cirka en tredjedel av de ledande befattningshavarna som omfattas av de ovan nämnda generella riktlinjerna, som även omfattas av de kompletterande riktlinjerna.

De kompletterande riktlinjerna utgår från en "stanna kvar-princip" vilket betyder att den ersättning som är kopplad till de kompletterande riktlinjerna är villkorad av att den ledande befattningshavaren stannar kvar som anställd inom H&M-koncernen i minst fem år. Femårsregeln gäller, förutsatt att årsstämman 2014 beslutar om programmet, från och med från maj 2014 till och med maj 2019.

Kontantersättning 2019

Förutsatt att "stanna kvar-principen" uppfylls, har de ledande befattningshavare som omfattas av de kompletterande riktlinjerna rätt att efter fem år få en kontantersättning.

På individnivå kan kontantutbetalningen variera mellan MSEK 0,5 till MSEK 5 netto efter skatt, den exakta fördelningen per individ bestäms av vd och styrelseordförande.

Kostnad för H&M: Den totala kostnaden för bolaget beräknas bli cirka MSEK 30 per år inklusive sociala avgifter under fem år.

ÖVRIGT

Styrelsen får frågå riktlinjerna för ersättning till ledande befattningshavare, om det i enskilda fall finns särskilda skäl för det.

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 1655 072 000 varav 194400 000 är A-aktier (tio röster per aktie) och 1460 672 000 är 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 194400 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 2013 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.

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, kvalitet, pris och hållbarhet.

För att öka träffsäkerheten i modet 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 varuvolymer till de olika länderna och butikerna.

Hållbarhetsfrågor blir allt viktigare och kunderna blir allt mer medvetna konsumenter inom hållbarhetsområdet. H&M arbetar mycket med hållbarhetsfrågor inom bland annat miljö, etik och mänskliga rättigheter och arbetar dagligen med att erbjuda kunderna ökad hållbarhet i alla kollektioner.

VÄDRET

H&M-koncernens varor köps in för att säljas 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 PRODUKTIONS-LÄNDERNA

Det finns även osäkerhetsfaktorer som är kopplade till hur externa faktorer såsom råvarupriser, transportkostnader och kapacitetsutrymmet hos leverantörerna påverkar inköpskostnaderna för koncernens varor. Det finns även risker kopplade till sociala spänningar på vissa inköpsmarknader vilket kan leda till instabilitet för leverantörerna och tillverkningen. Det gäller därför för koncernen att följa dessa förändringar på nära håll och ha utarbetade strategier för att hantera svängningar på ett så fördelaktigt sätt som möjligt för både bolaget och externa intressenter.

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-/importsubventioner, 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 konkurrensneutrala.

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 för huvuddelen även 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 affärs-
möjligheter. 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 2014 en utdelning om SEK 9:50 per aktie (9:50), vilket motsvarar 92 procent (93) av koncernens resultat efter skatt.

STYRELSENS FÖRSLAG TILL VINSTDISPOSITION

Till årsstämmans förfogande står SEK 16 552 524 418

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 829 340 418
SEK 16 552 524 418

Styrelsens uppfattning är att föreslagen vinstutdelning är försvarlig 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	2013	2012
Omsättning inklusive moms	150 090	140 948
Omsättning exklusive moms, not 3, 4	128 562	120 799
Kostnad sålda varor, not 6, 8	-52 529	-48 928
BRUTTORESULTAT	76 033	71 871
Försäljningskostnader, not 6, 8	-49 878	-46 608
Administrationskostnader, not 6, 8, 9	-3 987	-3 509
RÖRELSERESULTAT	22 168	21 754
Ränteintäkter	367	536
Räntekostnader	-9	-5
RESULTAT EFTER FINANSIELLA POSTER	22 526	22 285
Skatt, not 10	-5 374	-5 418
ÅRETS RESULTAT	17 152	16 867
Årets resultat är i sin helhet hänförligt till moderbolaget H & M Hennes & Mauritz AB:s aktieägare.		
Resultat per aktie, SEK*	10:36	10:19
Antal aktier, tusental*	1 655 072	1 655 072

* Före och efter utspädning.

Koncernens rapport över totalresultat

MSEK 1 DECEMBER - 30 NOVEMBER	2013	2012
ÅRETS RESULTAT	17 152	16 867
Övrigt totalresultat		
<i>Poster som har omförts eller kan omföras till årets resultat</i>		
Omräkningsdifferenser	30	-1 212
Förändring i säkringsreserver	-61	-272
Skatt hänförlig till förändring i säkringsreserver	15	71
ÖVRIGT TOTALRESULTAT	-16	-1 413
TOTALRESULTAT FÖR ÅRET	17 136	15 454
Årets totalresultat är i sin helhet hänförligt till moderbolaget H & M Hennes & Mauritz AB:s aktieägare.		

Koncernens balansräkning

MSEK 30 NOVEMBER	2013	2012	MSEK 30 NOVEMBER	2013	2012
TILLGÅNGAR			EGET KAPITAL OCH SKULDER		
ANLÄGGNINGSTILLGÅNGAR			EGET KAPITAL		
Immateriella anläggningstillgångar			Aktiekapital, not 17	207	207
Varumärken, not 11	208	255	Reserver	-1 916	-1 900
Kundrelationer, not 11	58	71	Balanserade vinstmedel	29 805	28 661
Hyresrätter, not 11	591	537	Årets resultat	17 152	16 867
Balanserade utgifter, not 11	1 355	631	SUMMA EGET KAPITAL	45 248	43 835
Goodwill, not 11	64	64			
	2 276	1 558	SKULDER		
Materiella anläggningstillgångar			Långfristiga skulder*		
Byggnader och mark, not 12	814	805	Avsättningar för pensioner, not 18	309	377
Inventarier, not 12	21 372	18 326	Uppskjutna skatteskulder, not 10	2 722	1 951
	22 186	19 131		3 031	2 328
Långfristiga fordringar	659	628	Kortfristiga skulder**		
Uppskjutna skattefordringar, not 10	1 367	1 624	Leverantörsskulder	4 870	4 234
			Skatteskulder	797	-
SUMMA ANLÄGGNINGSTILLGÅNGAR	26 488	22 941	Övriga skulder	3 360	2 765
OMSÄTTNINGSTILLGÅNGAR			Uppplupna kostnader och förutbetalda intäkter, not 20	8 370	7 011
Varulager	16 695	15 213		17 397	14 010
Kortfristiga fordringar			SUMMA SKULDER	20 428	16 338
Kundfordringar	3 107	2 207			
Skattefordringar	-	477	SUMMA EGET KAPITAL OCH SKULDER	65 676	60 173
Övriga fordringar	907	1 056	Ställda säkerheter och eventualförpliktelser, not 22	-	-
Förutbetalda kostnader, not 13	1 255	1 136			
	5 269	4 876			
Kortfristiga placeringar, not 14	3 306	2 995			
Likvida medel, not 15	13 918	14 148			
SUMMA OMSÄTTNINGSTILLGÅNGAR	39 188	37 232			
SUMMA TILLGÅNGAR	65 676	60 173			

* Endast avsättningar för pensioner är räntebärande.

** Inga kortfristiga skulder är räntebärande.

Koncernens förändring i eget kapital

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

MSEK	AKTIEKAPITAL	OMRÄKNINGS-DIFFERENSER	SÄKRINGS-RESERV	BALANSERADE VINSTMEDEL	TOTALT EGET KAPITAL
EGET KAPITAL 2012-12-01	207	-1 860	-40	45 528	43 835
Årets resultat	-	-	-	17 152	17 152
Övrigt totalresultat					
Omräkningsdifferenser	-	30	-	-	30
Förändring i säkringsreserv					
Redovisat i övrigt totalresultat	-	-	-153	-	-153
Överföringar till resultaträkningen	-	-	92	-	92
Skatt hänförlig till säkringsreserv	-	-	15	-	15
Övrigt totalresultat	-	30	-46	-	-16
Totalresultat	-	30	-46	17 152	17 136
Utdelning	-	-	-	-15 723	-15 723
EGET KAPITAL 2013-11-30	207	-1 830	-86	46 957	45 248

MSEK	AKTIEKAPITAL	OMRÄKNINGS-DIFFERENSER	SÄKRINGS-RESERV	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

Koncernens kassaflödesanalys

MSEK	2013	2012
1 DECEMBER - 30 NOVEMBER		
Den löpande verksamheten		
Resultat efter finansiella poster*	22 526	22 285
Avsättning till pensioner	-68	10
Avskrivningar	4 191	3 705
Betald skatt	-3 059	-7 021
Kassaflöde från den löpande verksamheten före förändring av rörelsekapitalet	23 590	18 979
Kassaflöde från förändring av rörelsekapitalet		
Rörelsefordringar	-839	-8
Varulager	-1 439	-1 607
Rörelseskulder	2 528	1 536
KASSAFLÖDE FRÅN DEN LÖPANDE VERKSAMHETEN	23 840	18 900
Investeringsverksamheten		
Investeringar i hyresrätter	-179	-125
Investeringar i övriga immateriella tillgångar	-738	-631
Investeringar i byggnader och mark	-23	-63
Investeringar i inventarier	-7 087	-6 008
Förändring kortfristiga placeringar, löptid 4–12 månader	-311	3 963
Övriga investeringar	-31	-37
KASSAFLÖDE FRÅN INVESTERINGSVERKSAMHETEN	-8 369	-2 901
Finansieringsverksamheten		
Utdelning	-15 723	-15 723
KASSAFLÖDE FRÅN FINANSIERINGSVERKSAMHETEN	-15 723	-15 723
ÅRETS KASSAFLÖDE	-252	276
Likvida medel vid räkenskapsårets början	14 148	14 319
Årets kassaflöde	-252	276
Valutakurseffekt	22	-447
Likvida medel vid räkenskapsårets slut**	13 918	14 148

* Betalda räntor uppgår för koncernen till MSEK 9 (5). Erhållna räntor uppgår för koncernen till MSEK 367 (536).

** Likvida medel och kortfristiga placeringar uppgick vid räkenskapsårets slut till MSEK 17 224 (17 143).

Moderbolagets resultaträkning

MSEK 1 DECEMBER - 30 NOVEMBER	2013	2012
Extern omsättning exklusive moms	35	30
Intern omsättning exklusive moms, not 5	7 845	7 271
BRUTTORESULTAT	7 880	7 301
Försäljningskostnader, not 6, 8	-2 699	-2 788
Administrationskostnader, not 6, 8, 9	-4 259	-3 281
RÖRELSERESULTAT	922	1 232
Utdelning från dotterbolag	16 039	14 518
Ränteintäkter	63	139
Räntekostnader	-9	-1
RESULTAT EFTER FINANSIELLA POSTER	17 015	15 888
Bokslutsdispositioner, not 23	-1 020	-328
Skatt, not 10	-50	-255
ÅRETS RESULTAT	15 945	15 305

Moderbolagets rapport över totalresultat

MSEK 1 DECEMBER - 30 NOVEMBER	2013	2012
ÅRETS RESULTAT	15 945	15 305
Övrigt totalresultat	-	-
TOTALRESULTAT FÖR ÅRET	15 945	15 305

Moderbolagets balansräkning

MSEK 30 NOVEMBER	2013	2012	MSEK 30 NOVEMBER	2013	2012
TILLGÅNGAR			EGET KAPITAL OCH SKULDER		
ANLÄGGNINGSTILLGÅNGAR			EGET KAPITAL		
Materiella anläggningstillgångar			Bundet eget kapital		
Byggnader och mark, not 12	56	47	Aktiekapital, not 17	207	207
Inventarier, not 12	446	412	Reservfond	88	88
	502	459		295	295
Finansiella anläggningstillgångar			Fritt eget kapital		
Aktier och andelar, not 24	588	588	Balanserade vinstmedel	607	1 026
Fordringar hos dotterbolag	733	950	Årets resultat	15 945	15 305
Långfristiga fordringar	13	13		16 552	16 331
Uppskjutna skattefordringar, not 10	47	51			
	1 381	1 602	SUMMA EGET KAPITAL	16 847	16 626
SUMMA ANLÄGGNINGSTILLGÅNGAR	1 883	2 061	OBESKATTADE RESERVER, NOT 25	454	456
OMSÄTTNINGSTILLGÅNGAR			SKULDER		
Kortfristiga fordringar			Långfristiga skulder		
Fordringar hos dotterbolag	12 107	12 412	Avsättning för pensioner, not 18	213	229
Skattefordran	–	300	Kortfristiga skulder*		
Övriga fordringar	33	43	Leverantörsskulder	424	224
Förutbetalda kostnader, not 13	23	25	Skatteskulder	27	–
	12 163	12 780	Övriga skulder	350	324
Kortfristiga placeringar, not 14	3 304	2 993	Upplupna kostnader och förutbetalda intäkter, not 20	359	280
Likvida medel, not 15	1 324	305		1 160	828
SUMMA OMSÄTTNINGSTILLGÅNGAR	16 791	16 078	SUMMA SKULDER	1 373	1 057
SUMMA TILLGÅNGAR	18 674	18 139	SUMMA EGET KAPITAL OCH SKULDER	18 674	18 139
			Ställda säkerheter	–	–
			Ansvarsförbindelser, not 26	12 034	8 376

* Inga kortfristiga skulder är räntebärande.

Moderbolagets förändring i eget kapital

MSEK	AKTIEKAPITAL	RESERVFOND	BALANSERADE VINSTMEDEL	TOTALT EGET KAPITAL
EGET KAPITAL 2012-12-01	207	88	16 331	16 626
Årets resultat	–	–	15 945	15 945
Övrigt totalresultat	–	–	–	–
Totalresultat	–	–	15 945	15 945
Utdelning	–	–	-15 723	-15 723
EGET KAPITAL 2013-11-30	207	88	16 552	16 847

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

Moderbolagets kassaflödesanalys

MSEK	2013	2012
1 DECEMBER - 30 NOVEMBER		
Den löpande verksamheten		
Resultat efter finansiella poster*	17 015	15 888
Avsättning till pensioner	-16	-11
Avskrivningar	115	107
Erhållen/betald skatt	281	-988
Kassaflöde från den löpande verksamheten före förändring av rörelsekapitalet	17 395	14 996
Kassaflöde från förändring av rörelsekapitalet		
Rörelsefordringar	-705	-1 805
Rörelseskulder	307	10
KASSAFLÖDE FRÅN DEN LÖPANDE VERKSAMHETEN	16 997	13 201
Investeringsverksamheten		
Investeringar i byggnader och mark	-13	-6
Nettoinvesteringar i inventarier	-148	-119
Justering av köpeskilling/förvärv av dotterbolag	0	2
Förändring kortfristiga placeringar, löptid 4-12 månader	-311	2 045
Övriga investeringar	217	227
KASSAFLÖDE FRÅN INVESTERINGSVERKSAMHETEN	-255	2 149
Finansieringsverksamheten		
Utdelning	-15 723	-15 723
KASSAFLÖDE FRÅN FINANSIERINGSVERKSAMHETEN	-15 723	-15 723
ÅRETS KASSAFLÖDE	1 019	-373
Likvida medel vid räkenskapsårets början	305	678
Årets kassaflöde	1 019	-373
Likvida medel vid räkenskapsårets slut**	1 324	305

* Betalda räntor för moderbolaget uppgår till MSEK 9 (1). Erhållna räntor uppgår för moderbolaget till MSEK 63 (139).

** Likvida medel och kortfristiga placeringar uppgick vid räkenskapsårets slut till MSEK 4628 (3298).

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 2014 och föreläggs årsstämman för fastställande den 29 april 2014.

Ramsbury Invest AB:s innehav av aktier i H & M Hennes & Mauritz AB motsvarar 35,5 procent av samtliga aktier och 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 Standards 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 moderbolag erhåller från dotterbolag som finansiell intäkt och koncernbidrag som ett moderbolag lämnar till dotterbolag redovisas som kostnad.

ÄNDRADE REDOVISNINGSPRINCIPER OCH UPPLYSNINGSKRAV

Tillämpade redovisningsprinciper och upplysningskrav för 2012/2013 överensstämmer med de som tillämpades föregående år med följande tillägg:

- IAS 1 Presentation av övrigt totalresultat, ändring – standarden har tillämpats för räkenskapsår 2012/2013. Förändringen innebär att grupperingen av transaktioner som redovisas i övrigt totalresultat förändrats. Poster som återförs till resultatet redovisas separat skiljt från de poster som ej återförs till resultatet. Förändringen ändrar inte på det faktiska innehållet i övrigt totalresultat utan enbart uppställningsformen.

FRAMTIDA REDOVISNINGSPRINCIPER OCH UPPLYSNINGSKRAV

Ett antal nya standarder, ändringar och tolkningar av befintliga stan-

darder har publicerats men ännu inte trätt i kraft. Av dessa bedöms endast nedanstående standarder kunna medföra någon effekt på koncernredovisningen.

- IFRS 7 Finansiella instrument: Upplysningar – ändringen i IFRS 7 ska tillämpas för räkenskapsår som börjar den 1 januari 2013 eller senare. De nya upplysningskraven innebär att upplysning ska lämnas för finansiella tillgångar och finansiella skulder som har kvittats i rapporten över finansiell ställning. Upplysning ska även lämnas för finansiella tillgångar och finansiella skulder som omfattas av olika typer av ramavtal eller liknande avtal som möjliggör kvittning ("master netting arrangements"), oavsett om de har kvittats eller inte. Ändringen ska tillämpas retroaktivt i enlighet med IAS 8.
- 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 kreditspread ska presenteras när skulder värderas till verkligt värde. Standarden kommer att kompletteras med regler om nedskrivningar, säkringsredovisning och borttagande ur balansräkningen. IASB har inte angivit något datum för obligatorisk tillämpning. 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 dotterbolag, 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 modifikationer, 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 dotterbolag, 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 upplysningar för koncernen.

- IFRS 13 Värdering till verkligt värde – standarden ska tillämpas för räkenskapsår som börjar den 1 januari 2013. Standarden har införts för att skapa en enhetlig definition av verkligt värde och en enhetlig värderingsmetodik för mätning av verkligt värde. Införandet av IFRS 13 introducerar även förändringar i IAS 34 Delårsrapportering, vilket innebär att upplysningar om verkligt värde även behöver lämnas i delårsrapporterna. Standarden bedöms inte ha någon väsentlig effekt för koncernen.
- IAS 19 Ersättning till anställda, ändring – ska tillämpas för räkenskapsår som börjar den 1 januari 2013 eller senare (tillämpas första gången räkenskapsåret 2013/2014). 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 i kraft kommer dessa att redovisas i övrigt totalresultat. För räkenskapsåret 2012/2013 hade detta påverkat rörelseresultatet med MSEK -78 och övrigt totalresultat med MSEK 78 då aktuariella vinster skulle redovisats i övrigt totalresultat i stället för i rörelseresultatet. Totalresultatet och eget kapital hade inte påverkats.

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 värden för tillgångar och skulder under nästkommande räkenskapsår bedöms inte föreligga per 30 november 2013.

KONCERNREDOVISNINGEN

Koncernredovisning

Koncernredovisningen omfattar moderbolaget och dess dotterbolag och upprättas enligt förvärvsmetoden. 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. Som dotterbolag konsolideras alla företag där koncernen innehar eller förfogar över mer än 50 procent av rösterna eller där koncernen genom avtal eller på annat sätt ensam utövar ett bestämmande inflytande. 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.

Rörelseförvärv

Vid rörelseförvärv identifieras och klassificeras förvärvade tillgångar respektive övertagna skulder och värderas till verkligt värde 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 skillnadsbeloppet 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. Transaktionskostnader i samband med förvärv ingår inte i anskaffningsvärdet utan kostnadsförs direkt.

Omräkning av utländska dotterbolag

De företag som ingår i koncernen upprättar sina finansiella rapporter i den valuta som används i den ekonomiska miljö där respektive företag huvudsakligen är verksamt, den så kallade funktionella valutan. Dessa rapporter utgör grunden för koncernredovisningen. Koncernredovisningen upprättas i svenska kronor, som är moderbolagets funktionella valuta och rapporteringsvaluta. 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 franchisetagare som redovisas

vid leverans av varor samt franchiseavgift som redovisas vid franchise-tagarens 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 dotterbolagsaktierna 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 prövas 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 fördelarna 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 anläggnings-tillgångar 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.

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 säkringssyfte. 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 kassaflödes-säkringar eller som säkring av verkligt värde. Under året och föregående år förelåg endast kassaflödessakringar. Hur dessa säkrings-transaktioner redovisas beskrivs nedan.

Säkring av prognostiserade valutaflöden – kassaflödessakringar

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

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. Förmåns-

bestämda 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 arbetstagnarna. Alectas konsolideringsgrad var 153 procent (123) per den 30 september 2013. 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 prövas 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 av verkställande direktör och koncernchef som är koncernens högsta verkställande beslutsfattare. Varje land är därmed ett rörelsesegment. Då flera länder har likartade ekonomiska egenskaper kan dessa enligt IFRS 8 slås samman i segmentsredovisningen. H&M har gjort sammanslagningar till segmenten Asien och Oceanien, Europa samt Nord- och Sydamerika. Moderbolaget tillsammans med 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 hänförs 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 17 224 (17 143). 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 (86). 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 resultat effekt 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 31 (75) före beaktande av skatteeffekt, varav MSEK 138 avser EUR och MSEK -224 avser USD.

Koncernens exponering avseende utestående derivatinstrument redovisas i not 16.

Årets rörelseresultat i koncernen har påverkats av valutakursdifferenser avseende varuflöden med MSEK -1 (161).

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 valuta-säkra varuflöden i utländsk valuta och därmed reducera effekterna av framtida valutakursrörelser, terminssäkras löpande 100 procent av koncernens varuinköp och för huvuddelen även motsvarande prognostiserade inflöden från försäljningsbolagen. Den genomsnittliga löptiden på utestående terminskontrakt är cirka fyra 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 valuta effekter 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 & Poor's bedömnings-

modell ska banken inneha som lägst "moderate systemic importance" och enligt Moody's ska banken ha som lägst "One-notch uplift for systemic support". I länder eller banker som innehar lägsta tillåtna långfristiga rating och negativ outlook tillåts inga nya placeringar. Maximal kreditexponering, per den 30 november 2013, motsvaras av det bokförda värdet på likvida medel MSEK 13 918 (14 148), kortfristiga placeringar MSEK 3 306 (2 995), kundfordringar MSEK 3 107 (2 207) och övrigt MSEK 845 (786), totalt MSEK 21 176 (20 136). Kundfordringarna fördelar sig på ett stort antal kunder med låga belopp per kund. Snittfordran var cirka SEK 2 100 (2 000). 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

	2013	2012
Asien och Oceanien		
Extern nettoomsättning	12 844	10 191
Rörelseresultat	1 916	1 634
Rörelsemarginal, %	14,9	16,0
Tillgångar, exklusive skattefordringar	5 221	3 857
Skulder, exklusive skatteskulder	626	495
Investeringar	1 163	918
Avskrivningar	348	242
Europa		
Extern nettoomsättning	99 492	95 816
Rörelseresultat	5 929	3 450
Rörelsemarginal, %	6,0	3,6
Tillgångar, exklusive skattefordringar	33 965	31 341
Skulder, exklusive skatteskulder	8 404	7 370
Investeringar	4 034	3 776
Avskrivningar	2 828	2 603
Nord- och Sydamerika		
Extern nettoomsättning	16 226	14 792
Rörelseresultat	407	325
Rörelsemarginal, %	2,5	2,2
Tillgångar, exklusive skattefordringar	7 006	5 292
Skulder, exklusive skatteskulder	2 202	1 572
Investeringar	1 829	1 269
Avskrivningar	724	601
Koncerngemensamt		
Nettoomsättning till andra segment	60 448	69 047
Rörelseresultat	13 916	16 345
Rörelsemarginal, %	23,0	23,7
Tillgångar, exklusive skattefordringar	18 117	17 582
Skulder, exklusive skatteskulder	5 677	4 950
Investeringar	1 001	864
Avskrivningar	291	259
Elimineringar		
Nettoomsättning till andra segment	-60 448	-69 047
Totalt		
Extern nettoomsättning	128 562	120 799
Rörelseresultat	22 168	21 754
Rörelsemarginal, %	17,2	18,0
Tillgångar, exklusive skattefordringar	64 309	58 072
Skulder, exklusive skatteskulder	16 909	14 387
Investeringar	8 027	6 827
Avskrivningar	4 191	3 705

För att på ett bättre sätt spegla företagets nuvarande geografiska utbredning har segmentsredovisningen från och med 2013 delats upp i följande tre segment: Asien och Oceanien, Europa samt Nord- och Sydamerika.

Jämförelseårets siffror har räknats om enligt den nya sammansättningen av segment. Moderbolaget tillsammans med övriga dotterbolag utan extern omsättning redovisas i ett separat segment, Koncerngemensamt.

Koncernens materiella anläggningstillgångar uppgick per den 30 november 2013 till MSEK 22 186 (19 131). Anläggningstillgångarna fördelar sig, per land, huvudsakligen i enlighet med respektive lands storlek omsättningsmässigt.

4. NETTOOMSÄTTNINGENS FÖRDELNING PER LAND

	ANTAL BUTIKER		ANTAL BUTIKER	
	2013	30 NOV. 2013	2012	30 NOV. 2012
Sverige	6 652	177	6 625	177
Norge	4 432	114	4 495	111
Danmark	3 694	97	3 444	94
Storbritannien	8 835	245	8 968	226
Schweiz	5 108	87	5 389	82
Tyskland	26 206	418	25 499	406
Nederländerna	5 581	130	5 608	124
Belgien	2 847	73	2 696	70
Österrike	4 024	72	3 992	68
Luxemburg	346	10	374	10
Finland	2 054	58	1 987	53
Frankrike	8 893	197	8 341	182
USA	13 001	305	11 950	269
Spanien	4 997	156	4 917	146
Polen	2 598	122	2 401	103
Tjeckien	691	38	642	31
Portugal	747	27	701	23
Italien	4 529	116	4 016	104
Kanada	2 713	66	2 802	61
Slovenien	389	12	405	12
Irland	524	19	495	16
Ungern	625	33	492	26
Slovakien	311	13	282	13
Grekland	799	27	685	25
Kina	5 957	205	4 884	134
Japan	2 804	39	2 385	22
Ryssland	2 208	51	1 824	37
Sydkorea	736	16	540	11
Turkiet	661	20	408	11
Rumänien	720	28	512	19
Kroatien	564	13	488	11
Singapore	573	6	383	2
Bulgarien	220	11	101	4
Lettland	108	3	30	2
Malaysia	379	7	84	2
Mexiko	280	3	40	1
Chile	232	1	-	-
Litauen	36	2	-	-
Serbien	59	2	-	-
Estland	35	3	-	-
Franchise	2 394	110	1 914	88
Totalt	128 562	3 132	120 799	2 776

5. ROYALTY FRÅN KONCERNBOLAG

Moderbolagets interna omsättning utgörs av erhållen royalty från koncernbolag med MSEK 7 845 (7 271).

6. LÖNER, ANDRA ERSÄTTNINGAR OCH SOCIALA KOSTNADER

2013	Styrelse, vd, koncernledning, lön	Lön övriga anställda	Sociala kostnader totalt	däruv pens. totalt	däruv pens. styrelse, vd, koncernledning
Sverige, moderbolaget	76	862	423	144	10
Dotterbolag	62	16 207	3 815	184	3
Koncernen totalt	138	17 069	4 238	328	13

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

STYRELSEARVODEN

Årets utbetalda styrelsearvoden uppgick i enlighet med årsstämmebeslut 2012 till SEK 5 025 000 (4 850 000). Styrelsearvode betalades enligt följande:

	SEK
Stefan Persson, ordförande	1 350 000
Mia Brunell Livfors	475 000
Anders Dahlvig	475 000
Lottie Knutson	475 000
Sussi Kvart	575 000
Bo Lundquist	625 000
Melker Schörling	475 000
Christian Sievert	575 000

Arvodena har utbetalats i enlighet med beslut som fattades vid årsstämman 2012. Detta betyder att arvode utgår för tiden fram tills nästa årsstämma hålls dvs, för perioden 3 maj 2012 till 23 april 2013. Utbetalning av beloppen skedde efter årsstämman 2013.

Styrelsen består från årsstämman den 23 april 2013 av åtta stämvalda 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 beslut för riktlinjer som årligen tas av årsstämman, se förvaltningsberättelsen sidorna 54–55.

ERSÄTTNING TILL VD

Ersättning till vd för räkenskapsåret 2013 i form av lön och förmåner uppgick till MSEK 12,3 (12,0) varav rörlig ersättning MSEK 0 (0). 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 3,7 (3,6). 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 vd 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 137,3 (151,4). I årets förändring av skuldförd pensionsförpliktelse ingår aktuariella vinster om MSEK 12,0 (aktuariella vinster om MSEK 3,6). Kostnaden för pension till tidigare vd ingår i posten "däruv pension till styrelse, vd, koncernledning".

ERSÄTTNING TILL ÖVRIG KONCERNLEDNING

Ersättning till övrig koncernledning i form av lön och förmåner har utgått med MSEK 58,7 (58,9) varav rörlig ersättning MSEK 2,9 (3,6). Pensionskostnaden för övriga i koncernledningen uppgick under året till MSEK 13,7 (16,9). Den övriga koncernledningen bestod vid årets utgång av 15 (16) personer varav sex är kvinnor.

I ledningsgruppen ingår förutom vd de ansvariga för följande funktioner: finans, inköp, produktion, försäljning & marknadsföring, varumärke, expansion, IR, ekonomi, HR, information, hållbarhet, säkerhet, 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 2013 har rörlig ersättning om MSEK 2,5 (3,9) 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 4 040 404 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.

Årsstämman 2013 beslutade att ändra grunden för framtida avsättningar till HIP. Den tidigare kopplingen till utdelningsökning är numera borttagen, i stället är grunden för avsättningar till HIP 10 procent av ökningen av bolagets vinst efter skatt mellan två räkenskapsår i följd. Vinstökningen beräknas på vinst efter skatt före avsättning till HIP. Vid beräkandet av avsättning till HIP för år 2 ska således det årets vinst efter skatt jämföras mot år 1:s vinst efter skatt före avsättning till HIP. Detta för att båda åren ska ha samma jämförelsegrund, dvs vinst efter skatt före avsättning till HIP. Den första avsättningen till HIP baserat på en vinstökning gäller redan för räkenskapsåret som slutar den 30 november 2013.

Avsättning till HIP för ett räkenskapsår kostnadsförs under det år som den hänförs till. Exempel: vinsten efter skatt år 1 är 100. Vinsten efter skatt år 2 är 130, avsättningen ska då vara 3 och kommer att kostnadsföras under år 2.

Det finns ett tak som träder in för att begränsa storleken på avsättningen när vinstökningen mellan två år kan ses som oproportionellt stor. Taket är satt till 2 procent av årets vinst efter skatt före avsättning till HIP.

Avsättningarna till stiftelsen ska placeras i H&M-aktier. Utöver detta finns inget åtagande för H&M.

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.

För 2013 tillfördes belöningsprogrammet en avsättning om MSEK 31 (0) baserat på den nya grunden för avsättning till HIP som beslutades vid årsstämman 2013 och som beskrivs ovan. Kostnaden för denna avsättning redovisades under det fjärde kvartalet 2013.

7. MEDELANTALET ANSTÄLLDA

	2013 Totalt	Andel män %	2012 Totalt	Andel män %
Sverige	6 868	23	6 220	23
Norge	1 784	10	1 742	10
Danmark	1 529	7	1 433	8
Storbritannien	5 789	23	5 600	23
Schweiz	1 928	14	1 931	14
Tyskland	13 389	19	13 141	19
Nederländerna	2 482	14	2 464	14
Belgien	1 935	26	1 912	25
Österrike	1 881	10	1 873	10
Luxemburg	154	12	150	13
Finland	1 074	7	980	7
Frankrike	5 646	23	5 503	23
USA	8 203	35	6 538	35
Spanien	3 440	16	3 306	17
Polen	5 176	17	4 685	18
Tjeckien	709	12	588	9
Portugal	676	16	585	17
Italien	2 897	28	2 300	27
Kanada	1 188	20	1 189	21
Slovenien	129	14	137	13
Irland	293	18	264	16
Ungern	398	17	304	15
Slovakien	178	16	172	19
Grekland	598	16	505	17
Kina	5 985	27	4 325	25
Japan	988	40	638	41
Ryssland	1 097	24	1 036	26
Sydkorea	606	31	351	30
Turkiet	864	45	517	43
Rumänien	680	30	502	32
Kroatien	295	10	264	9
Singapore	349	32	200	34
Bulgarien	221	27	102	27
Lettland	94	18	51	18
Malaysia	374	63	151	62
Mexiko	130	52	32	53
Chile	191	48	-	-
Litauen	64	13	-	-
Serbien	66	24	-	-
Estland	82	10	-	-
Övriga länder	669	68	585	67
Koncernen totalt	81 099	23	72 276	22

8. AVSKRIVNINGAR

Avskrivningar har beräknats till 12 procent av inventariers och hyresrätters anskaffningsvärden samt till 20 procent på datautrustning och bilar. Avskrivningar på varumärken och kundrelationer avseende FaBric Scandinavien AB samt balanserade utvecklingsutgifter beräknas till 10 procent av anskaffningsvärdet. Byggnader avskrivs med 3 procent av anskaffningsvärdena. På markvärden görs ingen avskrivning. Årets avskrivningar fördelar sig i resultaträkningen enligt följande:

	KONCERNEN		MODERBOLAGET	
	2013	2012	2013	2012
Kostnad sålda varor	470	415	-	-
Försäljningskostnad	3 463	3 065	-	-
Administrationskostnad	258	225	115	107
Totalt	4 191	3 705	115	107

9. REVISIONSARVODEN

	KONCERNEN		MODERBOLAGET	
	2013	2012	2013	2012
Ernst & Young				
Revisionsuppdrag	20,8	17,3	3,3	2,7
Revision utöver revisionsuppdrag	2,4	1,8	0,4	0,3
Skatterådgivning	13,2	10,5	0,1	0,1
Övrig rådgivning	0,9	-	-	-
Övriga revisorer				
Revisionsuppdrag	3,6	2,8	-	-
Totalt	40,9	32,4	3,8	3,1

10. SKATT

	KONCERNEN		MODERBOLAGET	
	2013	2012	2013	2012
Skattekostnad (-)/ skatteintäkt (+):				
Aktuell skatt				
Periodens skattekostnad	-4 183	-4 660	-4	-231
Justerad skattekostnad avseende tidigare år	-157	20	-42	-1
Summa	-4 340	-4 640	-46	-232
Uppskjuten skatteintäkt (+) / skattekostnad (-) avseende:				
Temporära skillnader i varulager	-406	226	-	-
Underskottsavdrag	66	36	-	-
Pensionsavsättning	-23	-	-4	-13
Periodiseringsfonder	-505	-798	-	-
Immateriella anläggningstillgångar	-138	-123	-	-
Materiella anläggningstillgångar	-95	-201	-	-
Övriga temporära skillnader	67	-37	-	-
Effekt av förändrade skattesatser	-	119	-	-10
Summa	-1 034	-778	-4	-23
Totalt	-5 374	-5 418	-50	-255
<i>Austämning mellan gällande skattesats och effektiv skattesats:</i>				
Förväntad skattekostnad enligt svensk skattesats 22% (26,3%)	-4 956	-5 861	-3 519	-4 083
Effekt av förändrad skattesats i Sverige	-33	119	-3	-10
Skillnad i utländska skattesatser	-124	409	-	-
Ej avdragsgillt/ej skattepliktigt	-105	-97	-15	21
Övrigt	1	-8	-	-
Skatt tidigare år	-157	20	-42	-1
Skattefri utdelning dotterbolag	-	-	3 529	3 818
Totalt	-5 374	-5 418	-50	-255
Redovisade uppskjutna skattefordringar avser:				
Pensionsavsättning	85	108	47	51
Materiella anläggningstillgångar	116	61	-	-
Underskottsavdrag i dotterbolag	102	36	-	-
Temporära skillnader avseende varulager	685	1 089	-	-
Säkringsreserv	24	17	-	-
Andra temporära skillnader	355	313	-	-
Totalt	1 367	1 624	47	51
Redovisade uppskjutna skatteskulder avser:				
Immateriella anläggningstillgångar	362	224	-	-
Materiella anläggningstillgångar	901	751	-	-
Varulager	270	268	-	-
Periodiseringsfonder	1 173	668	-	-
Säkringsreserv	-	-	-	-
Andra temporära skillnader	16	40	-	-
Totalt	2 722	1 951		

Koncernen har per balansdagen inga underskottsavdrag som inte motsvaras av redovisade uppskjutna skattefordringar.

11. IMMATERIELLA TILLGÅNGAR

	KONCERNEN	
	2013	2012
Varumärke*		
Ingående anskaffningsvärde	470	470
Årets anskaffningar	-	-
Utgående anskaffningsvärde	470	470
Ingående avskrivningar	-215	-168
Årets avskrivning	-47	-47
Utgående ackumulerade avskrivningar	-262	-215
Utgående bokfört värde	208	255
Kundrelationer*		
Ingående anskaffningsvärde	131	131
Årets anskaffningar	-	-
Utgående anskaffningsvärde	131	131
Ingående avskrivningar	-60	-47
Årets avskrivning	-13	-13
Utgående ackumulerade avskrivningar	-73	-60
Utgående bokfört värde	58	71
Hyresrätter		
Ingående anskaffningsvärde	1 094	1 074
Årets anskaffningar	179	125
Avyttringar/utrangeringar	-22	-45
Omräkningseffekter	34	-60
Utgående anskaffningsvärde	1 285	1 094
Ingående avskrivningar	-557	-489
Avyttringar/utrangeringar	20	28
Årets avskrivning	-135	-125
Omräkningseffekter	-22	29
Utgående ackumulerade avskrivningar	-694	-557
Utgående bokfört värde	591	537
Balanserade utgifter**		
Ingående anskaffningsvärde	631	-
Årets anskaffningar	738	631
Utgående anskaffningsvärde	1 369	631
Ingående avskrivningar	-	-
Årets avskrivningar	-14	-
Utgående ackumulerade avskrivningar	-14	-
Utgående bokfört värde	1 355	631
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, vilka till viss del har tagits i bruk under 2013 varvid avskrivningar har påbörjats för dessa delar.

En nedskrivningsprövning har gjorts under slutet av 2013 av goodwill. Nedskrivningsprövningen baseras på en beräkning av nyttjandevärdet. Nyttjandevärdet har beräknats baserat på diskonterade kassaflöden enligt prognoser för de kommande fem åren samt med en årlig tillväxttakt på 2 procent (2) efterföljande år. En diskonteringsränta om 16 procent (16) 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 rimliga förändringar i ovanstående variabler inte skulle få så stora effekter att återvinningsvärdet reduceras till ett lägre belopp än redovisat värde.

12. BYGGNADER, MARK OCH INVENTARIER

	KONCERNEN		MODERBOLAGET	
	2013	2012	2013	2012
Byggnader				
Ingående anskaffningsvärde	948	959	111	105
Årets anskaffningar	11	30	1	6
Avyttringar/utrangeringar	-	-	-	-
Omräkningseffekter	15	-41	-	-
Utgående anskaffningsvärde	974	948	112	111
Ingående avskrivningar	-269	-252	-67	-63
Avyttringar/utrangeringar	-	-	-	-
Årets avskrivning	-29	-28	-4	-4
Omräkningseffekter	-2	11	-	-
Utgående ackumulerade avskrivningar	-300	-269	-71	-67
Utgående bokfört värde	674	679	41	44
Pågående projekt	12	-	12	-
Totalt utgående bokfört värde	686	679	53	44
Mark				
Ingående anskaffningsvärde	126	97	3	3
Årets anskaffningar	-	33	-	-
Avyttringar/utrangeringar	-	-	-	-
Omräkningseffekter	2	-4	-	-
Utgående bokfört värde	128	126	3	3
Inventarier				
Ingående anskaffningsvärde	31 304	28 085	776	700
Årets anskaffningar	7 038	6 008	112	119
Avyttringar/utrangeringar	-2 035	-1 678	-77	-43
Omräkningseffekter	228	-1 111	-	-
Utgående anskaffningsvärde	36 535	31 304	811	776
Ingående avskrivningar	-12 978	-11 496	-364	-304
Avyttringar/utrangeringar	1 881	1 545	77	43
Årets avskrivning	-3 953	-3 492	-111	-103
Omräkningseffekter	-162	465	-	-
Utgående ackumulerade avskrivningar	-15 212	-12 978	-398	-364
Utgående bokfört värde	21 323	18 326	413	412
Pågående projekt	49	-	33	-
Totalt utgående bokfört värde	21 372	18 326	446	412

Koncernen har inga väsentliga leasingavtal utöver hyreskontrakt för hyrda lokaler som har ingåtts på normala, marknadsmässiga villkor. För räkenskapsåret 2013 uppgår hyreskostnaden till MSEK 15 044 (14 056), varav omsättningsbaserad hyra MSEK 1869 (1541).

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

Hyresåtagande inom ett år	11363 (10080)
Hyresåtagande inom två till fem år	31446 (27800)
Hyresåtagande senare än fem år	20831 (17440)

13. FÖRUTBETALDA KOSTNADER

	KONCERNEN		MODERBOLAGET	
	2013	2012	2013	2012
Förutbetalda hyror	905	796	10	9
Övriga poster	350	340	13	16
Totalt	1 255	1 136	23	25

14. KORTFRISTIGA PLACERINGAR

	KONCERNEN		MODERBOLAGET	
	2013	2012	2013	2012
Kortfristiga placeringar				
4–12 månader	3 306	2 995	3 304	2 993
Totalt	3 306	2 995	3 304	2 993

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 1,26–1,72 procent. Skillnaden i räntesats beror främst på vilken valuta beloppet är placerat i.

15. LIKVIDA MEDEL

	KONCERNEN		MODERBOLAGET	
	2013	2012	2013	2012
Bankräkningar och kassa	11 859	9 566	1 324	305
Kortfristiga placeringar				
0–3 månader	2 059	4 582	0	0
Totalt	13 918	14 148	1 324	305

Placeringarna är gjorda på marknadsmässiga villkor och räntesatserna är i intervallet 0,07–5,35 procent. Skillnaden i räntesats beror främst på vilken valuta beloppet är placerat i.

16. TERMINSKONTRAKT

Per balansdagen finns utestående terminkontrakt enligt tabell nedan:

Valutapar	Bokfört och verkligt värde		Nominellt belopp		Genomsnittlig återstående löptid i mån.	
	2013	2012	2013	2012	2013	2012
SÄLJER/KÖPER						
NOK/SEK	3	-8	383	411	4	4
GBP/SEK	-51	9	1 247	1 355	4	4
DKK/SEK	-8	-2	439	440	4	4
CHF/SEK	-10	-2	496	579	4	4
EUR/SEK	-155	-48	7 925	8 434	4	4
PLN/SEK	-15	-18	380	437	4	4
USD/SEK	-4	34	1 987	2 017	4	4
CAD/SEK	3	3	294	320	4	4
JPY/SEK	16	25	495	428	4	4
HKD/SEK	0	-	47	-	6	-
SEK/USD	102	-66	11 114	9 665	2	2
SEK/EUR	20	9	1 146	1 018	2	2
Totalt	-99	-64	25 953	25 104		

All värdeförändring på derivaten redovisas initialt via Övrigt totalresultat i eget kapital som en säkringsreserv. Via övrigt totalresultat omförs verkligt värde från säkringsreserven till resultaträkningen i samband med att säkrad transaktion inträffar. Per balansdagen upp-

går terminskontrakt med positiva marknadsvärden till MSEK 186 (158), vilket redovisas inom posten Övriga kortfristiga fordringar. Terminskontrakt med negativa marknadsvärden uppgår till MSEK 285 (222), vilket redovisas inom Övriga kortfristiga skulder. Av de utestående terminskontrakten har vinst om MSEK 14 omförts till resultaträkningen då säkrade transaktioner inträffat för dessa kontrakt. Resterande verkligt värde om MSEK 113 ingår i säkringsreserven inom eget kapital.

Beträffande värdering se not 19.

17. AKTIEKAPITAL

Aktiekapitalet fördelas på 194400000 st A-aktier (tio röster per aktie) och 1460672000 st B-aktier (en röst per aktie). I övrigt föreligger inga skillnader beträffande aktiernas rättigheter. Totalt antal aktier 1655072000.

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 fond-

aktierettsbevis har ännu inte inkommit för utbyte. Enligt kungörelse i juni 2009 har de motsvarande fondaktierna 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.

Koncernens förvaltnings kapital utgörs av eget kapital. Koncernens mål för förvaltningen av kapitalet är att möjliggöra en fortsatt god tillväxt av verksamheten samt att det ska finnas en beredskap att tillvarata affärsmöjligheter. Det är angeläget att expansionen liksom hittills kan ske med fortsatt hög finansiell styrka och fortsatt handlingsfrihet. Mot denna bakgrund har styrelsen fastlagt en utdelningspolicy som innebär att utdelningsandelen bör vara cirka hälften av årets vinst efter skatt. Därutöver kan styrelsen föreslå att eventuell överskottslikviditet också kan delas ut. H&M uppfyller kapitalkraven i den svenska aktiebolagslagen. Några andra externa kapitalkrav föreligger inte.

18. AVSÄTTNINGAR FÖR PENSIONER

	KONCERNEN			MODERBOLAGET		
	2013	2012	2011	2013	2012	2011
Nuvärdet av förmånsbestämda förpliktelse	993	989	951	239	256	271
Förvaltningstillgångarnas verkliga värde	-684	-612	-574	-26	-27	-31
Redovisad avsättning i balansräkningen för pensionsförpliktelser	309	377	377	213	229	240
Ingående balans 1 december	377	377	257	229	240	223
Justering av ingående balans*	-	-	64	-	-	-
Justerad ingående balans	377	377	321	229	240	223
Redovisad pensionskostnad, netto	-11	61	120	-6	7	33
Erlagda avgifter	-41	-40	-43	0	-2	-1
Utbetalda ersättningar	-16	-21	-21	-10	-16	-15
Redovisat belopp för förmånsbestämda förpliktelser 30 november	309	377	377	213	229	240

* 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	47	45	55	4	3	5
Räntekostnad	22	25	29	8	9	8
Förväntad avkastning på förvaltningstillgångar	-12	-14	-19	-1	-1	-1
Aktuariella vinster (-) och förluster (+)	-78	16	51	-17	-4	21
Reduceringar/Reguleringar vinster (-) och förluster (+)	0	-3	0	0	0	0
Kostnad avseende tjänstgöring under tidigare perioder	10	-2	0	0	0	0
Förändringar i utländska valutakurser för planer som värderas i en annan valuta än rapporteringsvalutan	0	-6	4	-	-	-
Redovisad pensionskostnad, netto	-11	61	120	-6	7	33

Kostnaden för avgiftsbestämda pensioner uppgår till MSEK 327 (279).

Väsentliga aktuariella antaganden vid balansdagen (vägda genomsnittsvärden)

Diskonteringsränta	2,59%	2,30%	2,77%	3,00%	3,00%	3,25%
Förväntad avkastning på förvaltningstillgångar	2,32%	1,66%	1,73%	2,00%	2,00%	2,25%
Framtida löneökningar	2,59%	2,60%	2,72%	5,00%	5,00%	5,00%
Framtida pensionsökningar (inflation)	0,79%	0,80%	0,83%	2,00%	2,00%	2,00%

19. FINANSIELLA TILLGÅNGAR OCH SKULDER FÖRDELADE PER KATEGORI

2013	Lånefordringar och kundfordringar	Finansiella tillgångar som hålles till förfall	Säkringsderivat redovisade till verkligt värde	Andra finansiella skulder	Summa redovisat värde
Andra långfristiga fordringar	-	659	-	-	659
Kundfordringar	3 107	-	-	-	3 107
Övriga fordringar	-	-	186	-	186
Kortfristiga placeringar	-	3 306	-	-	3 306
Likvida medel	11 859	2 059	-	-	13 918
Summa finansiella tillgångar	14 966	6 024	186	-	21 176
Leverantörsskulder	-	-	-	4 870	4 870
Övriga skulder	-	-	285	-	285
Summa finansiella skulder	-	-	285	4 870	5 155

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

Samtliga finansiella tillgångars och skulders verkliga värde överrensstämmer 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	
	2013	2012	2013	2012
Semesterlöneskuld	837	744	116	92
Sociala avgifter	586	481	101	86
Löneskuld	589	615	29	24
Lokalrelaterade poster	3 710	2 869	9	0
Övriga periodiserade omkostnader	2 648	2 302	104	78
Totalt	8 370	7 011	359	280

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, Kaufingerstrasse i München och Via del Corso och Via Tomacelli i Rom samt sedan januari 2008 lokaler för H&M:s huvudkontor i Stockholm. Hyra utgår enligt marknadsmässiga grunder och uppgick till sammanlagt MSEK 305 (256) för räkenskapsåret.

Karl-Johan Persson har erhållit ersättning i form av lön och förmåner uppgående till MSEK 12,3 (12,0) varav rörlig ersättning MSEK 0 (0) för arbete under räkenskapsåret 2013 som verkställande direktör för H & M Hennes & Mauritz AB.

22. EVENTUALFÖRPLIKTELSER

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	
	2013	2012
Lämnade koncernbidrag	-1 022	-
Avskrivning utöver plan	2	-23
Avsättning till periodiseringsfond	-	-305
Totalt	-1 020	-328

24. ANDELAR I KONCERNFÖRETAG

Samtliga bolag är helägda.

2013	Organisationsnummer	Antal andelar	Bokfört värde	Säte
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
H & M Fashion AB	556922-7878	50 000	0,1	Stockholm
Totalt			588,5	

2013	Organisationsnummer	Säte
Dotterbolagens 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
& Other Stories 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 LP		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.o.		Slovakien
H & M Hennes & Mauritz A.E.		Grekland
H & M Hennes & Mauritz LLC		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

2013	Organisations- nummer	Säte
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
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
H & M Hennes & Mauritz Proprietary Limited		Sydafrika
H & M Hennes & Mauritz Pty Ltd		Australien

25. OBESKATTADE RESERVER

	MODERBOLAGET	
	2013	2012
Avskrivningar utöver plan	149	151
Periodiseringsfond	305	305
Totalt	454	456

26. ANSVARSFÖRBINDELSER

	MODERBOLAGET	
	2013	2012
Moderbolagsgarantier för hyreskontrakt	12 034	8 376
Totalt	12 034	8 376

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 2014

STEFAN PERSSON
Styrelseordförande

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 29 januari 2014

Ernst & Young AB

Åsa Lundvall
Auktoriserad revisor

Revisionsberättelse

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

RAPPORT OM ÅRSREDOVISNINGEN OCH KONCERNREDOVISNINGEN

Vi har utfört en revision av årsredovisningen och koncernredovisningen för H & M Hennes & Mauritz AB för räkenskapsåret 2012-12-01 – 2013-11-30 på sidorna 52–80.

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 revisionssed 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 2013 och av dess finansiella resultat och kassaflöden för året enligt årsredovisningslagen. Koncernredovisningen har upprättats i enlighet med årsredovisningslagen och ger en i alla väsentliga avseenden rättvisande bild av koncernens finansiella ställning per den 30 november 2013 och av dess finansiella resultat och kassaflöden för året enligt Inter-

national 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 resultaträkningen 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 utfört en revision av förslaget till dispositioner beträffande bolagets vinst eller förlust samt styrelsens och verkställande direktörens förvaltning för H & M Hennes & Mauritz AB för räkenskapsåret 2012-12-01 – 2013-11-30.

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 beträffande bolagets vinst eller förlust och om förvaltningen på grundval av vår revision. Vi har utfört revisionen enligt god revisionssed 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 29 januari 2014

Ernst & Young AB

Åsa Lundvall

Auktoriserad revisor

Bolagsstyrningsrapport

H&M Hennes & Mauritz AB 2013

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 2013 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 56 i H&M:s årsredovisning 2013. Därför lämnas dessa inte i bolagsstyrningsrapporten. Bolagets revisorer har enligt ÅRL 6 kap 9 § avgivit ett yttrande över bolagsstyrningsrapporten vilket återfinns på sidan 94.

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:

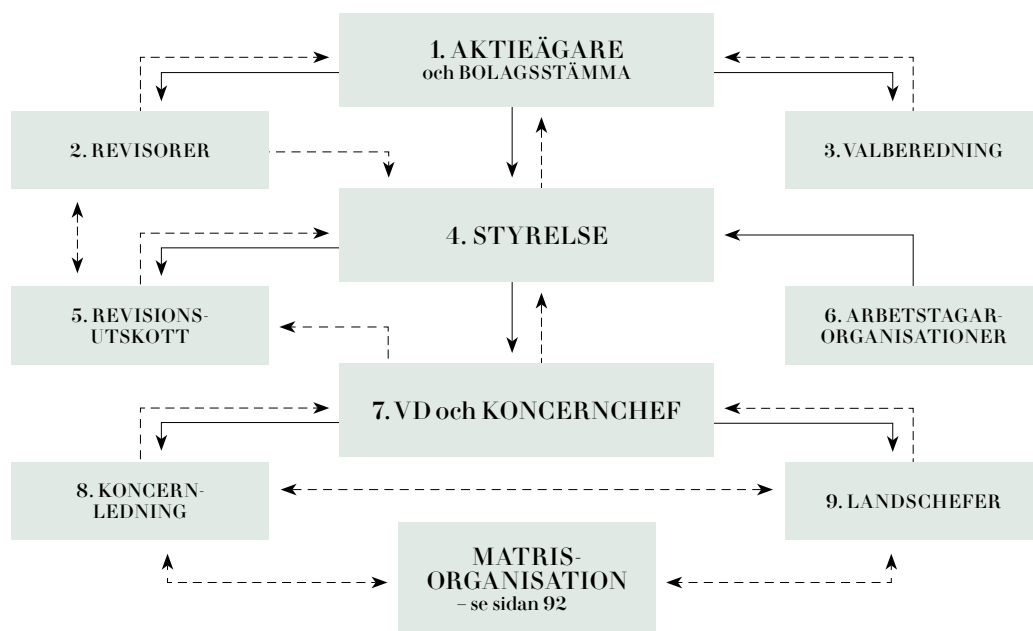
- Bolagsordning
- Instruktioner och arbetsordning för styrelse respektive vd
- Code of Ethics
- Code of Conduct
- Policies som t ex Finanspolicy och Kommunikationspolicy, riktlinjer samt manualer

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 BOLAGSSTYRINGSSTRUKTUR

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.



--> RAPPORTERAR/INFORMERAR
 —> UTSER/VÄLJER/FÖRESLÄR

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 koncernredovisning, 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 www.hm.com/bolagsstyrning. 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. Styrelsen i H&M ska enligt bolagsordningen bestå av minst tre och högst tolv stämmevalda styrelseledamöter med högst lika många suppleanter. Årsstämman beslutar om antalet styrelseledamöter.

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.

5. REVISIONSUTSKOTT

Revisionsutskottet övervakar bolagets finansiella rapportering vilket bland annat innebär 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 externa revisorerna från det av årsstämman valda revisionsbolaget 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 butiksnätet och onlinehandeln 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 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 187 096 aktieägare. 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).

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 2013 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 hm.com under avsnitt bolagsstyrning finns informationsmaterial samlat från H&M:s senaste årsstämmor samt H&M:s extra bolagsstämma 2010. 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 2013

H&M:s årsstämma 2013 hölls den 23 april i Victoriahallen på Stockholmsmässan i Stockholm. 1 601 aktieägare var representerade på årsstämman vilka representerade 85,3 procent av rösterna och 69,8 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 Sven Unger.
- 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 2011/2012.
- Antalet stämмоvalda styrelseledamöter fram till nästa årsstämma fastställdes till åtta utan stämмоvalda styrelsesuppleanter.
- 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.
- Det totala styrelsearvodet fastställdes vara oförändrat. 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.
- Revisionsbolaget Ernst & Young AB valdes till revisor i bolaget för en 4-årig mandatperiod, dvs till och med den årsstämma som hålls 2017. Ernst & Young meddelade att auktoriserad revisor Åsa Lundvall är huvudansvarig för revisionen.

- 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 vds: 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
2009	81,3	61,5
2010	81,9	62,7
2011	82,3	63,5
2012	83,3	65,7
2013	85,3	69,8

VALBEREDNINGENS SAMMANSÄTTNING OCH ARBETE UNDER 2013

Valberedningens ledamöter valdes av årsstämman 2013. Valet av valberedningen baserades på principer, som i korthet innebär att valberedningens sammansättning utgörs av styrelseordföranden samt fyra övriga ledamöter som nominerades av de fyra största aktieägarna per den 28 februari 2013 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 2013 under valberedning på www.hm.com/bolagsstyrning.

Valberedningens sammansättning efter årsstämman 2013:

- 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 2012 framlade sitt förslag till årsstämman 2013. Valberedningens motivering till sitt förslag till styrelsesammansättning inför årsstämman 2013 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 könsför-

STYRELSENS SAMMANSÄTTNING SAMT NÄRVARO UNDER 2013

NAMN	VALÅR	OBEROENDE ¹⁾	OBEROENDE ²⁾	ARVODE (SEK) ³⁾	STYRELSE-MÖTEN	REVISIONS-UTSKOTT	AKTIEINNEHAV	NÄRSTÅENDES AKTIEINNEHAV
Stefan Persson, ordförande	1979	Nej	Nej	1 350 000	7/7			194 400 000 ⁴⁾ 393 049 043 ⁵⁾
Mia Brunell Livfors	2008	Ja	Ja	475 000	7/7			600 ⁶⁾
Anders Dahlvig	2010	Ja	Ja	475 000	7/7		17 510	
Lottie Knutson	2006	Ja	Ja	475 000	7/7		1 400	
Sussi Kvart	1998	Ja	Ja	575 000	7/7	4/4	4 400	1 700
Bo Lundquist	1995	Ja	Ja	625 000	7/7	4/4		100 000 ⁷⁾
Melker Schörling	1998	Ja	Ja	475 000	6/7			228 000 ⁸⁾
Christian Sievert	2010	Ja	Ja	575 000	7/7	4/4	56 000	4 000 samt 600 ⁹⁾
Marie Björstedt, arbetstagarledamot	2011				7/7			
Margareta Welinder, arbetstagarledamot	2007				6/7			
Ingrid Godin, arbetstagsarsuppleant	2012				7/7			
Tina Jäderberg, arbetstagsarsuppleant	2007				7/7			

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 2012. Detta betyder att arvudet utgått för tiden fram tills nästa årsstämma hålls dvs, för perioden 3 maj 2012 till 23 april 2013. Utbetalning av beloppen skedde efter årsstämman 2013.

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

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

6) Aktier som ägs tillsammans med närstående.

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

8) Aktier som ägs via Melker Schörling AB.

9) Närståendes aktieinnehav: 4 000 aktier ägs via Christian Sieverts bolag Whitechris Industri AB samt 600 aktier som ägs av maka.

Tilläggsinformation: Utöver Christian Sieverts aktieinnehav ovan, äger Christian Sievert 5 000 H&M-aktier via en pensionsförsäkring.

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

delning. 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 2013 haft två protokollförda möten och har även haft kontakt därutöver. Vid valberedningens möte redogjorde Stefan Persson muntligen för årets 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 samt ersättning till styrelseledamöterna. Det har inte utgått någon ersättning till valberedningens ordförande eller till någon av de övriga ledamöterna i valberedningen.

Valberedningens arbete inför kommande årsstämma är inte avslutat ännu och mer information kommer att presenteras inför och vid årsstämman 2014.

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 2013 bestått av åtta stämموvalda ordinarie ledamöter, utan suppleanter. Därtill kommer två arbets-

ÅRSSTÄMMA 2014

H&M:s årsstämma 2014 äger rum tisdagen den 29 april 2014 i Victoriahallen på Stockholmsmässan i Stockholm. För anmälan till årsstämman 2014, se H&M:s årsredovisning 2013 på sidan 98 eller på www.hm.com/arsstamma.

tagarrepresentanter och två suppleanter för dessa. I styrelsen ingår sju kvinnor och fem män. Endast arbetstagarrepresentanterna är anställda i bolaget. Stämموvalda styrelseledamöterna Mia Brunell Livfors begärde att bli entledigad från sitt styrelseuppdrag i H&M från och med årsskiftet 2013/2014 på grund av kommande styrelseuppdrag i närliggande verksamhet.

För fakta om H&M:s styrelseledamöter se sidorna 90–91. 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 finanschef och ekonomichef, deltar också för att tillhandahålla styrelsen finansiell information. Styrelsen biträds av en sekreterare som inte är ledamot i styrelsen.

STYRELSENS ARBETE UNDER 2013

Styrelsen har under året haft sju styrelsemöten varav ett konstituerande. Närvaron bland ledamöterna har precis som tidigare år varit hög och vd Karl-Johan Persson har deltagit vid samtliga möten. Styrelsens närvaro redovisas i tabellen Styrelsens sammansättning och närvaro under året.

I korthet har styrelsen bland annat behandlat och diskuterat följande ämnen:

Bolagets finansiella situation bland annat gällande försäljning, kostnader och resultat: Vd har informerat om utvecklingen för H&M och de nya varumärkena COS, Monki, Weekday, Cheap Monday, H&M Home, & Other Stories på olika marknader utifrån det generella marknadsläget, prisbild/konkurrenssituation samt kunderbjudande på respektive marknad. Styrelsen har också fått information om etablering och utveckling på de nya marknaderna Chile, Lettland, Serbien, Estland och Indonesien samt satsningarna inom onlinehandeln bland annat om arbetet med uttrullningen av onlinebutiken framöver, den framgångsrika lanseringen av H&M:s onlinebutik i USA i augusti samt den helt mobilanpassade onlinebutiken.

Vidare har vd rapporterat om bland annat inköpsarbetet och produktion, varulagersituation, marknadsföring, utveckling inom online och IT samt organisationsförändringar.

Årsredovisningen, bolagsstyrningsrapport, kvartalsrapporter har behandlats och diskuterats. Styrelsen har vid januarimötet beslutat om förslag till utdelning för räkenskapsåret 2012 som lades fram vid årsstämman i april.

Koncernledningens uppdaterade riskanalys har behandlats och diskuterats, vilken innan dess har behandlats i revisionsutskottet.

Expansion och investeringar: Styrelsen har gått igenom expansionsstrategin med mål (som ökade från tidigare planerade 325 nya butiker netto till 350 nya butiker netto) och investeringar för det kommande räkenskapsåret för t ex nya butiker, nya marknader och antalet ombyggnader samt långsiktiga investeringar inom till exempel online, IT och nya varumärken. I början av 2014 lanseras ett utökad sportkon-

cept i H&M:s onlinebutik samt i utvalda H&M-butiker i 18 länder (till att börja med).

Hållbarhet: Strategiska frågor inom koncernens hållbarhetsarbete har diskuterats och behandlats, där resultatet för koncernens hållbarhetsarbete rapporterats inom t ex efterlevnad av uppförandekoden, mer hållbar bomull, klimatpåverkan, anti-korruption etc.

Övrigt: Styrelsen har under året även diskuterat strategiska frågor såsom konkurrensfrågor, omvärldsfaktorer och makroekonomiska förhållanden samt utvecklingsmöjligheter för H&M och övriga varumärken. Tidigare under året har styrelsen beslutat om att ändra grunderna för framtida avsättningar till belöningsystemet HIP, detta förslag lades fram och godkändes på årsstämman 2013.

Redovisnings- och revisionsfrågor bereds i revisionsutskottet och avrapporteras till styrelsen.

Vid varje styrelsemöte rapporterar revisionsutskottets ordförande om de viktigaste punkterna som har diskuterats på det senaste mötet i revisionsutskottet.

Styrelsen har bland annat beslutat om följande:

- Delårsrapporterna, bokslutskommunikén, årsredovisningen och koncernredovisningen samt bolagsstyrningsrapporten.
- Utdelningsförslag till årsstämman om 9,50 kr per aktie för räkenskapsåret 2011/2012.
- Förslag till årsstämman om att ändra grunderna för framtida avsättningar till belöningsystemet HIP.
- Förslag till årsstämman om riktlinjer för ersättning till ledande befattningshavare.
- Att fortsätta med nuvarande modell för uppföljning av den interna kontrollen.
- Uppdaterad arbetsordning har antagits under året.

I anslutning till att styrelsen behandlade förslaget till årsredovisning för 2012 avrapporterade revisor Åsa Lundvall årets revisionsarbete.

REVISIONSUTSKOTTET UNDER 2013

Revisionsutskottet utgörs, sedan det konstituerande mötet i anslutning till årsstämman 2013, av ordförande Bo Lundquist och ledamöterna Sussi Kvart och Christian Sievert. Utskottet har haft fyra protokollförda möten under räkenskapsåret 2012/2013.

Vid revisionsutskottets möten har Ernst & Young deltagit för avrapportering av revisionsarbetet. Vid mötena har även bland annat finanschef 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 genomgång av koncernens samlade riskanalys. Vidare har bland annat följande funktioner presenterat/informerat om sitt arbete; säkerhet, expansion, skatt och IT.
- Internprissättningsmodellen och skattefrågor.
- Whistleblowing.
- Ernst & Young har informerat 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 2013 valdes revisionsbolaget Ernst & Young AB till revisor i H&M för en 4-årig mandatperiod, dvs till och med den årsstämma som hålls 2017. Auktoriserade revisorn Åsa Lundvall från Ernst & Young är huvudansvarig revisor.

Vid årsstämman 2013 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 revisionsfirmans interna riktlinjer samt av revisionsutskottets riktlinjer för vilka uppdrag revisionsfirman får åta sig för H&M utöver revision.

Åsa Lundvall, auktoriserad revisor, har revisionsuppdrag i bland annat ATG, Apoteket, DGC One, Systemair och Systembolaget.

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

REVISIONSARVODEN (MSEK)	KONCERNEN		MODERBOLAGET	
	2013	2012	2013	2012
Ernst & Young				
Revisionsuppdrag	20,8	17,3	3,3	2,7
Revision utöver revisionsuppdrag	2,4	1,8	0,4	0,3
Skatterådgivning	13,2	10,5	0,1	0,1
Övrig rådgivning	0,9	–	–	–
Övriga revisorer				
Revisionsuppdrag	3,6	2,8	–	–
TOTALT	40,9	32,4	3,8	3,1

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 Dan-

mark, 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 sedan 2013 även styrelseledamot i H&M Conscious Foundation.

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 2013 riktlinjer för ersättning till ledande befattningshavare inom H&M. För fullständiga riktlinjer se förvaltningsberättelsen sidorna 54–55 i H&M:s årsredovisning 2013.

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 2013. Anställningsvillkor för övrig koncernledning beslutas av vd och styrelseordföranden. Avgångsvederlag förekommer inte inom H&M, förutom för vd.

Inför årsstämman 2013 hade styrelsen gjort en utvärdering av tillämpningen av riktlinjerna för ersättning till ledande befattningshavare som antogs vid årsstämman 2012. Resultatet av denna utvärdering presenterades på hemsidan i god tid före årsstämman 2013.



CHRISTIAN SIEVERT
Styrelseledamot samt
ledamot i revisionsutskottet

LOTTIE KNUTSON
Styrelseledamot

MELKER SCHÖRLING
Styrelseledamot

MARIE BJÖRSTEDT
Arbetstagarledamot

ANDERS DAHLVIG
Styrelseledamot



INGRID GODIN
Arbetstagar­suppleant

TINA JÄDERBERG
Arbetstagar­suppleant

BO LUNDQUIST
Styrelseledamot samt
ordförande i revisionsutskottet

SUSSI KVART
Styrelseledamot samt ledamot
i revisionsutskottet

STEFAN PERSSON
Styrelseordförande

MARGARETA WELINDER
Arbetstagar­ledamot

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
Transcom 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

Styrelseledamot i Stena Line Holding BV.

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.

* Mia Brunell Livfors ingick i H&M:s styrelse fram till årsskiftet 2013/2014, då hon hade begärt att bli entledigad från sitt styrelseuppdrag i H&M på grund av kommande styrelseuppdrag i närliggande verksamhet.

SUSSI KVART

Styrelseledamot samt ledamot i revisionsutskottet. Född 1956.

HUVUDSYSSSELSÄTTNING

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 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 Kvart AB.

BO LUNDQUIST

Styrelseledamot samt ordförande i revisionsutskottet. Född 1942.

HUVUDSYSSSELSÄTTNING

Leder familjeägt investmentbolag. Styrelsearbete.

ÖVRIGA VÄSENTLIGA STYRELSEUPPDRAG

Ordförande i Smideseken och tre helägda dotterbolag till Smideseken samt Föreningen Gymnastikakademin. Ledamot i Teknikmagasinet AB, Ensy 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.

HUVUDSYSSSELSÄTTNING

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.

HUVUDSYSSSELSÄTTNING

Partner i riskkapitalbolaget Segulah Advisor AB.

ÖVRIGA VÄSENTLIGA STYRELSEUPPDRAG

Styrelseledamot i AB Segulah och CCS Healthcare.

UTBILDNING

Civilekonom vid Handelshögskolan, Stockholm 1994.

ARBETSLIVSERFARENHET

1994–1997 Bain & Company, konsult Stockholm och San Francisco, USA.
1997–2003 Investment Manager och Partner, Segulah.
2003–2013 Vd/Managing Partner för Segulah.
2013–2014 Partner Segulah.

MARGARETA WELINDER

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

MARIE BJÖRSTEDT

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

INGRID GODIN

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

TINA JÄDERBERG

Arbetsagarsuppleant 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.

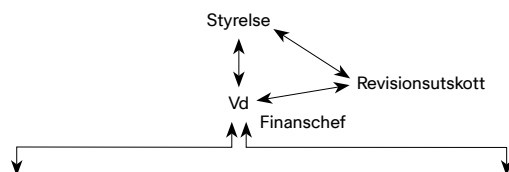
KONTROLLMILJÖ

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 vd, som tydligt beskrivs i styrelsens arbetsordning. Bolagsledningen samt revisionsutskottet rapporterar regelbundet till styrelsen utifrån fastställda rutiner.



Försäljningsländer	Koncernfunktioner/centrala avdelningar*											
	Finans/ Ekonomi	Försäljning & Marknadsföring	Inköp	Produktion	Expansion	Info & Press	HR	Hållbarhet	Säkerhet	IT	Logistik	
Land 1	←	↑	↑	↑	↑	↑	↑	↑	↑	↑	↑	↑
Land 2	←	↑	↑	↑	↑	↑	↑	↑	↑	↑	↑	↑
Land 3	←	↑	↑	↑	↑	↑	↑	↑	↑	↑	↑	↑
Land 4	←	↑	↑	↑	↑	↑	↑	↑	↑	↑	↑	↑
Land 5	←	↑	↑	↑	↑	↑	↑	↑	↑	↑	↑	↑
Etc	↓	↓	↓	↓	↓	↓	↓	↓	↓	↓	↓	↓

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

- Företagets organisation och sätt att bedriva verksamhet där rollerna och ansvarsfördelningen är tydligt definierade.
- Värderingar och guidelines men även 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 2013 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 56–57 samt för de finansiella riskerna se not 2 Finansiella risker sidan 70 i H&M:s årsredovisning 2013.

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 2013 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 policyen 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 hm.com

UPPFÖLJNING

Under 2013 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 arbets sättet 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 landskontroller) 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 butiksvareor 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 butiksvareors 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 butiksvareor 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 2014.

Stockholm i januari 2014

Styrelsen

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

REVISORS YTTRANDE OM BOLAGSSTYRNINGSRAPPORTEN

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

UPPDRAG OCH ANSVARFÖRDELNING

Vi har granskat bolagsstyrningsrapporten för räkenskapsåret 2012-12-01 – 2013-11-30 på sidorna 82–93. 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 29 januari 2014

Ernst & Young AB

Åsa Lundvall
Auktoriserad revisor



Tröja 249:-

Fem år i sammandrag

1 DECEMBER - 30 NOVEMBER

RÄKENSKAPSÅRET	2013	2012	2011	2010	2009
Omsättning inklusive moms, MSEK	150 090	140 948	128 810	126 966	118 697
Omsättning exklusive moms, MSEK	128 562	120 799	109 999	108 483	101 393
Ändring från föregående år, %	+6	+10	+1	+7	+15
Ändring från föregående år i lokala valutor, %	+9	+11	+8	+15	+4
Rörelseresultat, MSEK	22 168	21 754	20 379	24 659	21 644
Rörelsemarginal, %	17,2	18,0	18,5	22,7	21,3
Årets avskrivningar, MSEK	4 191	3 705	3 262	3 061	2 830
Resultat efter finansiella poster, MSEK	22 526	22 285	20 942	25 008	22 103
Resultat efter skatt, MSEK	17 152	16 867	15 821	18 681	16 384
Likvida medel och kortfristiga placeringar, MSEK	17 224	17 143	21 277	24 858	22 025
Varulager, MSEK	16 695	15 213	13 819	11 487	10 240
Eget kapital, MSEK	45 248	43 835	44 104	44 172	40 613
Antal aktier, tusental*	1 655 072	1 655 072	1 655 072	1 655 072	1 655 072
Resultat per aktie, SEK*	10:36	10:19	9:56	11:29	9:90
Eget kapital per aktie, SEK*	27:34	26:49	26:65	26:69	24:54
Kassaflöde från den löpande verksamheten per aktie, SEK*	14:40	11:42	10:53	13:19	10:86
Utdelning per aktie, SEK	9:50**	9:50	9:50	9:50	8:00
Avkastning på eget kapital, %	38,5	38,4	35,8	44,1	42,2
Avkastning på sysselsatt kapital, %	50,2	50,3	47,1	58,7	56,7
Andel riskbärande kapital, %	73,0	76,1	74,9	76,2	78,5
Soliditet, %	68,9	72,8	73,3	74,6	74,7
Totalt antal butiker	3 132	2 776	2 472	2 206	1 988
Medelantal anställda	81 099	72 276	64 874	59 440	53 476

* 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 79.

H&M-aktien

NYCKELTAL PER AKTIE	2013	2012	2011	2010	2009**
Eget kapital per aktie, SEK	27:34	26:49	26:65	26:69	24:54
Resultat per aktie, SEK	10:36	10:19	9:56	11:29	9:90
Ändring från föregående år, %	+2	+7	-15	+14	+7
Utdelning per aktie, SEK	9:50*	9:50	9:50	9:50	8:00
Börskurs per 30 november, SEK	278:00	215:90	214:00	237:40	206:15
P/E-tal	27	21	22	21	21

* Styrelsens förslag.

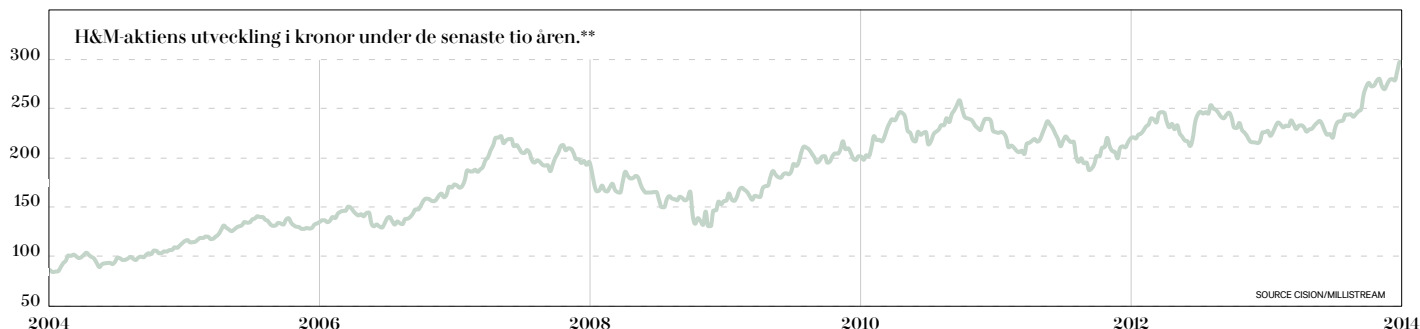
** 2010 genomförde H&M en aktiesplit 2:1. År 2009 i tabellen ovan är därför justerade för det nya antalet aktier.

FÖRDELNING EFTER AKTIEINNEHAV, 30 NOVEMBER 2013

AKTIEINNEHAV	ANTAL AKTIEÄGARE	%	ANTAL AKTIER	%	MEDELANTAL AKTIER PER AKTIEÄGARE
1-500	144 147	77,0	22 284 895	1,3	155
501-1 000	20 690	11,0	16 438 902	1,0	795
1 001-5 000	17 594	9,4	39 119 213	2,4	2 223
5 001-10 000	2 192	1,2	16 184 108	1,0	7 383
10 001-15 000	667	0,4	8 368 759	0,5	12 547
15 001-20 000	418	0,2	7 439 523	0,4	17 798
20 001-	1 388	0,8	1 545 236 600	93,4	1 113 283
Summa	187 096	100	1 655 072 000	100	8 846

DE STÖRSTA AKTIEINNEHAVARNA, 30 NOVEMBER 2013

	ANTAL AKTIER	% AV RÖSTVÄRDE	% AV ANTAL AKTIER
Familjen Persson med bolag	623 849 332	69,7	37,7
Lottie Tham med familj	88 080 400	2,6	5,3
Alecta Pensionsförsäkring	62 020 000	1,8	3,7
Swedbank Robur fonder	44 805 959	1,3	2,7
AMF - Försäkring och Fonder	34 265 125	1,0	2,1
SEB Investment Management	17 585 431	0,5	1,1
Handelsbanken Fonder	16 148 511	0,5	1,0
Fjärde AP-fonden	15 182 491	0,4	0,9
Jan Bengtsson	12 972 030	0,4	0,8
Första AP-fonden	12 559 370	0,4	0,8



För mer information se avsnitt finansiell information på hm.com.

Kontaktuppgifter

HUVUDKONTOR

H & M Hennes & Mauritz AB, Mäster Samuelsgatan 46A, 106 38 Stockholm, Telefon: 08-796 55 00

För information om H&M och adresser till landskontoren, se hm.com

KONTAKTPERSONER

VD Karl-Johan Persson

FINANS Jyrki Tervonen

EKONOMI Anders Jonasson

INKÖP Stina Westerstad

DESIGN Pernilla Wohlfahrt

FÖRSÄLJNING & MARKNADSFÖRING

Mattias Ankarberg

PRODUKTION Karl Gunnar Fagerlin

HÅLLBARHET Helena Helmersson

EXPANSION Fredrik Olsson

NEW BUSINESS Madeleine Persson

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 hm.com.

Årsstämma

TID OCH PLATS

Årsstämma hålls i Victoriahallen, Stockholmsmässan, Stockholm, tisdag den 29 april 2014 kl 15.00.

Rätt att delta på årsstämman har den aktieägare som, dels är registrerad i den utskrift av aktieboken som görs per onsdag den 23 april 2014 och som anmäler sin avsikt att delta på årsstämman senast onsdag den 23 april 2014.

FÖRVALTARREGISTRERADE 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 rösträttsregistrering, i god tid före den 23 april 2014.

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
Telefon: 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 2013 lämnas med SEK 9:50 per aktie. Styrelsen har föreslagit 5 maj 2014 som avstämningsdag. Med denna avstämningsdag beräknas utbetalning av utdelningen ske från Euroclear Sweden AB (tidigare VPC AB) den 8 maj 2014. H&M-aktien ska vara köpt senast den 29 april 2014 för att vara garanterad utdelning.

Ekonomisk information

KALENDARIUM

H & M Hennes & Mauritz AB lämnar följande information:

27 mars 2014

29 april 2014

18 juni 2014

25 september 2014

29 januari 2015

Tremånadersrapport

Årsstämma 2014 kl 15.00,

Victoriahallen, Stockholmsmässan.

Sexmånadersrapport

Niomånadersrapport

Bokslutskommuniké

OMSLAG

Amber Valetta fotograferad av Karim Sadli för H&M Conscious Exclusive våren 2014.

Årsredovisningen är tryckt på FSC®-märkt papper.







Klänning 1999:-