

PRESSMEDDELANDE

Stockholm den 28 mars 2012



Ordervärde för höst/vinter 2012 uppgår till 87 MSEK

Införsäljningen av Odd Mollys höst- och vinterkollektion 2012 har avslutats och visar på ett ordervärde på cirka 87 MSEK. En obalans i kollektionen kombinerat med en svag marknad leder till att det aktuella ordervärdet blev lägre än föregående år, då motsvarande ordervärde uppgick till 137 MSEK. I likhet med tidigare år tillkommer för andra halvåret en tidig vårkollektion som pressmeddelas i oktober vilken föregående år uppgick till cirka 16 MSEK. Baserat på nu kända ordvärden och bolagets fortsatta tillväxtambition väntas årets resultat bli betydligt sämre än föregående år.

Inom Odd Molly fortgår ett arbete, under ny ledning, med att säkerställa att bolaget har rätt förutsättningar för långsiktigt hållbar tillväxt. Arbetet fokuserar på Odd Mollys kollektionssammansättning, försäljningsprocesser och positionering. Den nu avslutade införsäljningen av kommande höst- och vinterkollektion visar att delar av kollektionen inte mött ett tillräckligt stort kommersiellt intresse men också att genomförda förändringar är steg i rätt riktning.

- *Höst- och vinterkollektionen 2012 har fått ett positivt mottagande vad gäller en av våra två viktigaste varugrupper – stickat – men det räcker inte. Som helhet når kollektionen inte upp till våra och våra kunders förväntningar. Den lägre orderläggningen ska förstås även ses i ljuset av generellt svåra marknadsförhållanden för många av våra återförsäljare, men ansvaret för kollektionssammansättningen är vårt eget, säger Anna Attemark, nytitträd VD i Odd Molly.*

Ordervärdet för höst/vinter 2012 uppgick till cirka 87 MSEK, jämfört med ett ordervärde på cirka 137 MSEK för motsvarande kollektioner, rensat för den nu nedlagda herrkollektionen, föregående år. Av ordervärdet avser cirka 9 MSEK en tidig höstkollektion som levereras i juni medan resten av höst-/vinterkollektionen levereras och faktureras under det andra halvåret. I det totala ordervärdet ingår order från externa återförsäljare och order till de egna butikerna i Stockholm och Köpenhamn samt bolagets webbshop. En tidig vårkollektion levereras under det fjärde kvartalet och värdet av den meddelas i oktober.

Baserat på nu kända ordvärden och bolagets fortsatta tillväxtambition, väntas resultatet för 2012 bli betydligt sämre än föregående år.

- *Grunden i Odd Molly är mycket god, med vackra kläder, unik stil och ett starkt varumärke. Med kunden som ledstjärna ska vi nå lönsam tillväxt genom att skapa starkare kollektioner och aktivt driva försäljning från design till slutkonsument, säger Anna Attemark.*



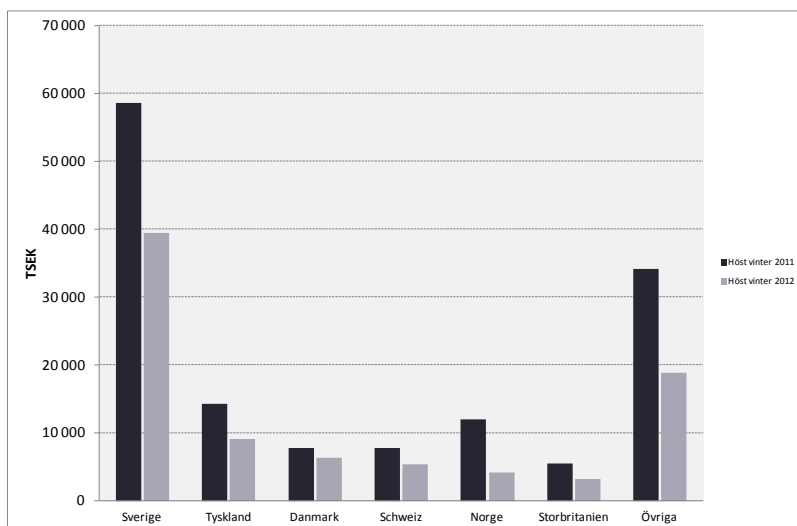
Bilder från Odd Mollys höst- och vinterkollektion 2012 i New York

Trenden är tydlig – och ska vändas

Odd Molly har erhållit order från 38 länder för den nyss avslutande försäljningen av höst- och vinterkollektionerna 2012. I 26 av dessa länder har Odd Molly egen representation via agent eller distributör.

- *Trenden är densamma på de flesta av våra marknader – det råder generell försiktighet bland inköparna men vi ser också att några varugrupper står ut jämfört med andra. Att vi säljer stickat så pass bra efter en varm höst är ett tydligt styrkebesked. Nu måste vi stärka våra övriga varugrupper och återta en tydlig position på marknaden, säger Anna Attemark, VD i Odd Molly.*

Sammantaget utgör Odd Mollys sex största marknader 78 procent av ordervärdet för höst/vinter 2012.



Ordervärde per land av höst- och vinterkollektionerna 2012 och ordervärde för motsvarande kollektioner 2011.

Efter avslutad orderläggning producerar Odd Molly kommande kollektion baserat på bekräftade order från externa återförsäljare samt på order efter beräknad försäljningsvolym från egna butiker, vilket medför låg lagerbindning och risk. Den kvarstående osäkerhet som finns beträffande slutligt utfall, beror främst dels på framtida valutakursutveckling, dels på enstaka återförsäljares betalningsförmåga. Dessa faktorer kommer fortsatt att ägnas noggrann uppmärksamhet och uppföljning.

För ytterligare information, vänligen kontakta:

Anna Attemark, VD Odd Molly, telefon: 08-522 28 502 eller mobil: 0730-80 28 32

Informationen i detta pressmeddelande är sådan information som Odd Molly International AB skall offentliggöra i enlighet med lagen om värdepappersmarknaden och/eller lagen om handel med finansiella instrument. Informationen lämnades för offentliggörande den 28 mars 2012 CET 08:00.

Om Odd Molly

Odd Molly är ett svenskt bolag som designar, marknadsför och säljer mode. Odd Mollys produkter säljs genom externa återförsäljare i cirka 35 länder runt om i världen. Därutöver har Odd Molly idag fyra egna butiker i Stockholm, Kungsbacka, Barkarby och Köpenhamn. Odd Molly har 58 anställda. Bolagets historiskt lönsamma tillväxt bygger på kreativ design, konsekvent varumärkesarbete och en affärsmodell som möjliggör expansion med begränsat kapitalbehov och låg lagerrisk. Odd Mollys aktie handlas sedan den 21 juni 2010 på NASDAQ OMX Stockholm.

Odd Molly International AB, Kornhamnstorg 6, 111 27 STOCKHOLM, Växel: +46 8 522 28 500
www.oddmolly.com

Pressbilder finns att ladda ned från Odd Mollys hemsida www.oddmolly.com under "press".

Odd Molly har även ett eget nyhetsbrev som rapporterar mindre nyheter från den dagliga verksamheten. För att prenumerera på det, gå till www.oddmolly.com och klicka "sign up for our newsletter".