



ODD MOLLY INTERNATIONAL AB (publ)
Delårsrapport 1 januari – 31 mars 2007

**FORTSATT STARK TILLVÄXT OCH KRAFTIGT FÖRBÄTTRAD
 LÖNSAMHET**

- Nettoomsättningen ökade med 135 procent till 34,5 MSEK (14,7)
- Bruttovinstmarginalen steg till 52,6 procent (51,3)
- Rörelseresultatet ökade med 162 procent till 5,3 MSEK (2,0), vilket motsvarar en rörelsemarginal på 15,5 procent (13,9)
- Resultat efter skatt var 3,8 MSEK (1,4), en ökning med 170 procent. Nettomarginalen steg till 11,0 procent (9,5)
- Resultat per aktie uppgick till 31 SEK (11)
- Prognos för helåret 2007 är en omsättning om drygt 120 MSEK och ett rörelseresultat omkring 15 MSEK
- Styrelsen har beslutat ansöka om notering på OMX First North under 2007

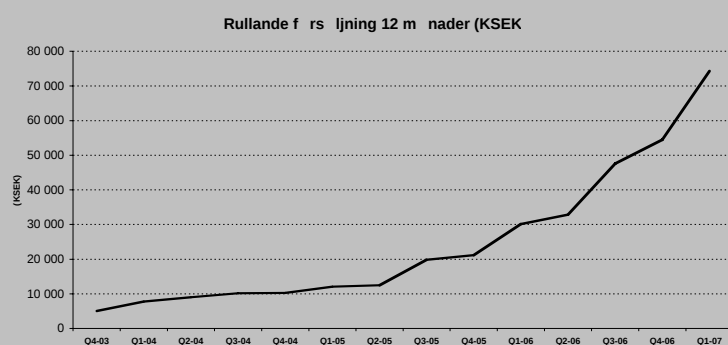
	Q1 jan-mars 2007	Q1 jan-mars 2006	Tillväxt, %	Helåret 2006	Rullande 12 mån april 06- mars 07
Nettoomsättning, MSEK	34,5	14,7	135	54,5	74,3
Bruttovinstmarginal, %	52,6	51,3		54,9	54,6
Rörelseresultat, MSEK	5,3	2,0	162	4,9	8,2
Rörelsemarginal, %	15,5	13,9		9,1	11,1
Resultat efter skatt, MSEK	3,8	1,4	170	3,4	5,7
Resultat per aktie, SEK	31	11	170	28	47

Verksamheten

Odd Molly är ett svenskt bolag som designar, marknadsför och säljer kvinnomode till återförsäljare världen över. Varumärket Odd Molly är positionerat i det övre mellanprissegmentet. Odd Molly kännetecknas av vacker design, kvalitativa värden och sinnlighet. Idag säljs Odd Mollys produkter i 27 länder, av vilka 18 med lokal representation. Bolaget har drygt 1 100 återförsäljare.

Odd Molly grundades 2002 och har sedan starten haft en kraftig tillväxt under lönsamhet. Den internationella närvaron har ökat väsentligt varje år. 2005 vann Odd Molly det välrenommerade designpriset International Baltic Fashion Awards, Prêt-à-porter, i Tyskland. Under 2006 lanserades Odd Molly i USA som idag är varumärkets största marknad efter Sverige.

Odd Mollys lönsamma tillväxt bygger på kreativ design, konsekvent varumärkesarbete och en affärsmodell som möjliggör expansion med begränsat kapitalbehov och minimerad lagerrisk.



Diagrammet ovan visar rullande 12 månaders försäljning per kvartal 2003-2007

Kommentarer till utvecklingen under kvartalet

Efterfrågan har varit mycket stark på Odd Mollys produkter och detta har medfört en fortsatt stark ökning av nya order för hösten 2007 från såväl etablerade som nya kunder.

Under perioden levererades första delen av vår- och sommarkollektionen ut till Odd Mollys kunder – drygt 1 100 återförsäljare, butiker och varuhus, runt om i världen.

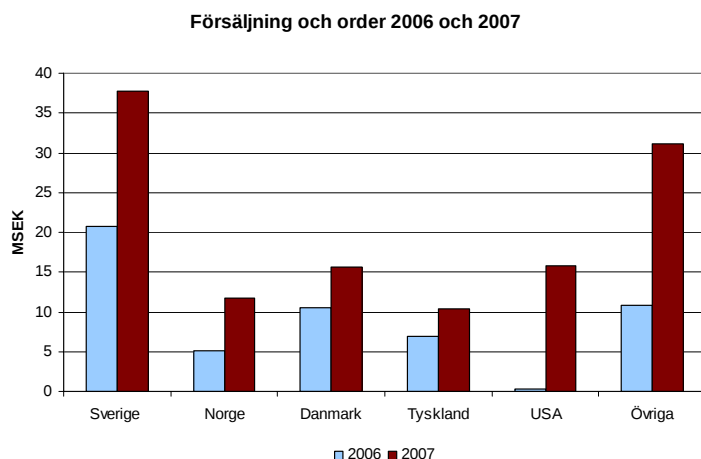
USA har vuxit mycket snabbt sedan lanseringen av varumärket föregående år och är idag Odd Mollys största marknad utanför Sverige. För att möta denna efterfrågan och skapa en bättre framtida konkurrenskraft har bolaget beslutat att öppna ett eget kontor i Los Angeles under sommaren 2007.

Under kvartalet tecknade Odd Molly avtal om representation av varumärket på ytterligare en marknad – Spanien.

Nettoomsättning

Koncernens nettoomsättning under räkenskapsårets första kvartal ökade med 135 procent till 34,5 MSEK (14,7). Den uppskattade varumärkesförsäljningen till konsument inklusive moms motsvarar drygt 85 MSEK. Av försäljningen under kvartalet står Sverige för 30 procent, Danmark för 15 procent och USA för 11 procent.

Diagrammet nedan visar försäljning för 2006 jämfört med tecknade order för 2007 för Odd Mollys fem största marknader.



Resultat

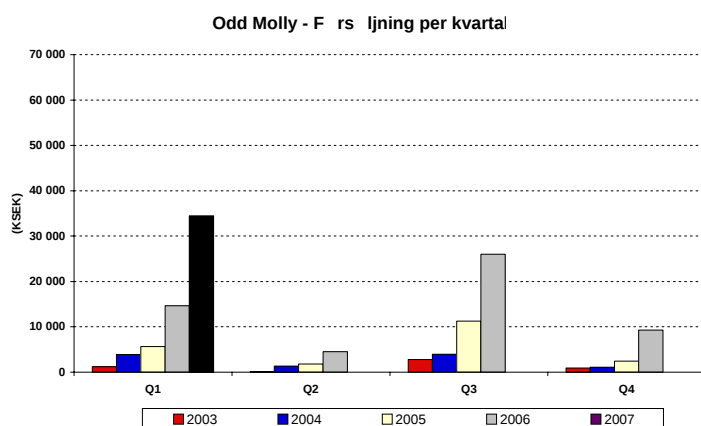
Bruttovinstmarginalen steg till 52,6 procent (51,3). Rörelseresultatet ökade med 162 procent till 5,3 MSEK (2,0), vilket motsvarar en rörelsemarginal på 15,5 procent (13,9). Den ökade lönsamheten är framför allt ett resultat av stordriftsfördelar i de centrala funktionerna i takt med den ökande omsättningen.

Resultat efter skatt var 3,8 MSEK (1,4), en ökning med 170 procent. Nettomarginalen steg till 11,0 procent (9,5). Antalet utestående aktier vid kvartalets slut uppgick till 122 000. Resultat per aktie uppgick till 31 SEK (11).

Säsongsvariationer

Odd Mollys verksamhet är starkt säsongsbetonad. Det första och det tredje kvartalet är försäljningsmässigt och generellt sett de starkaste medan det andra och fjärde kvartalet är de svagaste. Samtidigt försvåras jämförbarheten mellan åren genom att utleveranserna till återförsäljarna varierar något över kvartalen.

Diagrammet nedan visar försäljning per kvartal 2003-2007



Finansiell ställning

Bolagets balansomslutning uppgick vid periodens slut till 31,6 MSEK (13,0). Det egna kapitalet var 9,8 MSEK i slutet av perioden jämfört med 4,1 MSEK vid samma

tidpunkt föregående år och 6,0 MSEK vid 2006 års slut. Soliditeten vid periodens slut uppgick till 31 procent (32). Likvida medel uppgick per den 31 mars 2007 till 0,3 MSEK (0,0). Checkräkningskrediten var utnyttjad med 0,9 MSEK (maximalt 2,0) och fakturabelåningen med 7,4 MSEK (maximalt 12).

Varulagret ökade från 3,0 MSEK till 7,5 MSEK vilket huvudsakligen förklaras av ökad orderingång och uppbyggnad för utleverans av sommarens varor. Denna leverans sker i huvudsak under perioden 15 mars – 15 april och varulagret kan därför variera stort mellan första och andra kvartalet vid en jämförelse mellan åren. Varulagret vid slutet av kvartalet bedöms som normalt och har levererats till butik under inledningen av det andra kvartalet.

Investeringar och kassaflöde

Bolagets investeringar består framför allt av investeringar i inventarier, men är relativt begränsat. Under första kvartalet uppgick investeringarna till 0,2 MSEK (0,5). Kassaflödet från den löpande verksamheten uppgick till -2,8 MSEK under första kvartalet jämfört med -1,0 MSEK motsvarande kvartal 2006. Det totala kassaflödet uppgick till -3,0 MSEK under årets första kvartal jämfört med -1,5 MSEK första kvartalet 2006.

Medarbetare

Antalet anställda har under kvartalet ökat från 15 till 16 personer.

Prognos

Bolagets bedömning är att omsättningen för helåret 2007 stiger till drygt 120 MSEK och rörelseresultatet till omkring 15 MSEK. Omsättningsprognosen är baserad på verklig försäljning hittills under året och bindande order från bolagets kunder. för resten av året

Övrigt

Styrelsen för Odd Molly har beslutat att ansöka om en anslutning av bolagets aktie på OMX First North. Arbetet har påbörjats och en ansökan om anslutning till First North förväntas ske under 2007.

Redovisningsprinciper

Bolaget har tillämpat samma redovisningsprinciper som i den senaste årsredovisningen.

Denna rapport har ej granskats av bolagets revisorer.

Stockholm den 6 maj 2007

Christina Tillman, VD

För ytterligare information vänligen kontakta:

Christina Tillman, VD

Telefon 08-522 285 02 eller 0733-10 60 00

christina.tillman@oddmolly.com

Kommande informationstillfällen

Delårsrapporten för det första halvåret 2007 publiceras den 21 augusti 2007

Om Odd Molly

Odd Molly International AB startade sin verksamhet under våren 2002 och bedriver design, produktion och försäljning av kläder och accessoarer inom mode för kvinnor. Sedan starten har Odd Molly på kort tid framgångsrikt etablerat sig som ett internationellt varumärke i övre mellanprissegmentet. Omsättningen 2006 uppgick till 54,5 MSEK och rörelseresultatet uppgick till 4,9 MSEK under samma period.

