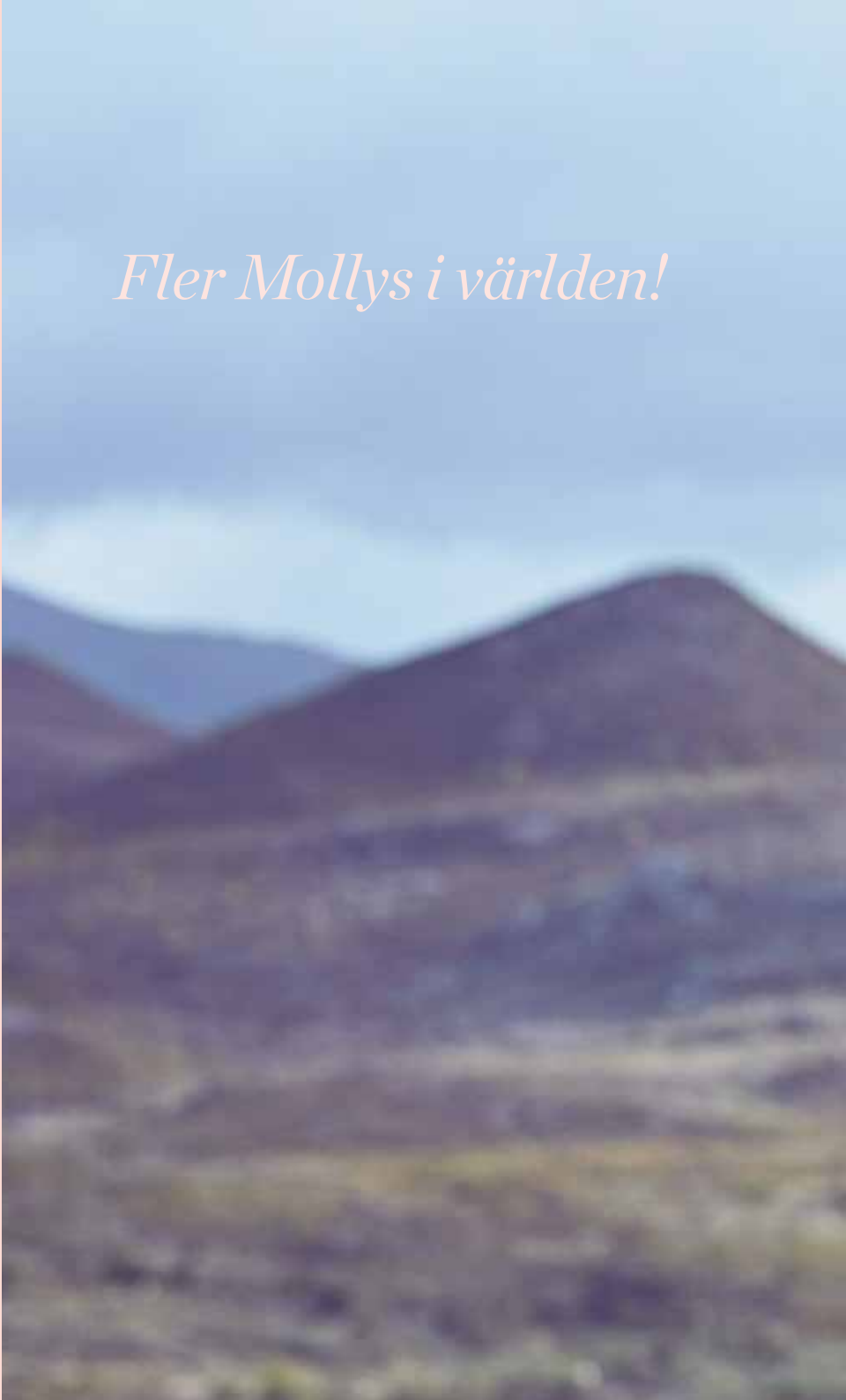


ÅRSREDOVISNING 2016



2	Odd Molly 2016
4	Odd Mollys förändringsresa
6	VD-ord
8	Strategisk inriktning
10	Affärsmodell
12	Varumärket
14	Kollektionen växer fram
17	Odd Mollys verksamhet
20	Odd Mollys ansvar

28	Odd Mollys aktie
31	Förvaltningsberättelse
36	Finansiell information i sammandrag
37	Koncernens totalresultat
38	Balansräkningar - koncernen
39	Kassaflödesanalyser - koncernen
39	Förändring i koncernens eget kapital
40	Resultaträkningar - moderbolaget
41	Balansräkningar - moderbolaget
42	Kassaflödesanalyser - moderbolaget
42	Förändring i moderbolagets eget kapital
43	Redovisningsprinciper och noter
60	Revisionsberättelse
64	Bolagsstyrning
68	Revisorsyttrande om bolagsstyrningsrapporten
70	Styrelse och revisorer
72	Ledande befattningshavare
75	Definitioner
76	Information till aktieägarna



Fler Mollys i världen!



ODD MOLLY 2016

ETT SVENSKT LIVSSTILSKONCEPT SOM UTMANAR

Odd Molly är ett svenskt bolag som designar, marknadsför och säljer mode och närliggande livsstilsprodukter för tjejer. Kollektionerna utgår från ett tydligt stilkoncept med feminina, smickrande och lättburna kläder med hög kvalitet, färg och mönster. Odd Molly drivs av starka värderingar och en önskan att tjejer ska våga gå sin egen väg, ledsagade av bolagets musa Molly.

Bolaget grundades 2002 och är sedan 2010 noterat på Nasdaq Stockholm. Odd Molly har drygt 2 700 aktieägare och ett hundratal medarbetare i Sverige, Norge, Danmark, Finland och USA.

Odd Mollys produkter säljs via egna försäljningskanaler och externa återförsäljare runt om i världen. Vid 2016 års slut hade Odd Molly 18 egna butiker i Sverige, Norge, Finland och Portugal och en egen webbshop samt fyra partnerdrivna butiker i USA, Tjeckien och Slovakien. 2016 såldes Odd Mollys kläder i 36 länder.

ETT ÅR MED KRAFTIG TILLVÄXT OCH FÖRDUPLAT RESULTAT

Under 2016 ökade Odd Molly omsättningen med 23 procent främst genom ökad försäljning i egna kanaler; drivet av webbshopen och nya butiker. Samtidigt förbättrades lönsamheten avsevärt trots fortsatta investeringar i butiker, affärsutveckling och ökad digital närvaro.

Den totala nettoomsättningen uppgick till 423,2 MSEK jämfört med 345,3 MSEK året innan. Bruttovinstmarginalen var oförändrad på 55,6 procent. Rörelseresultatet närmare fördubblades från 12,5 MSEK till 24,5 MSEK och rörelsemarginalen uppgick till 5,8 procent (3,6). Resultat efter skatt uppgick till 17,7 MSEK (9,8) och resultat per aktie var 3,08 SEK (1,70).

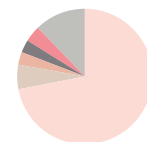
Flera mindre kollektioner – skor, underkläder och sport, lanserades till konsument under året för att stärka Odd Molly som livsstilskoncept och varumärke. Fem nya egna och tre partnerägda Odd Molly-butiker öppnade under året i Sverige, USA, Portugal och Slovakien. Dessutom öppnades 12 shop-in-shops som drivs av återförsäljare.

Styrelsen föreslår årsstämman att en utdelning om 1,00 SEK (1,50) per aktie lämnas för räkenskapsåret 2016.

FINANSIELL HISTORIK

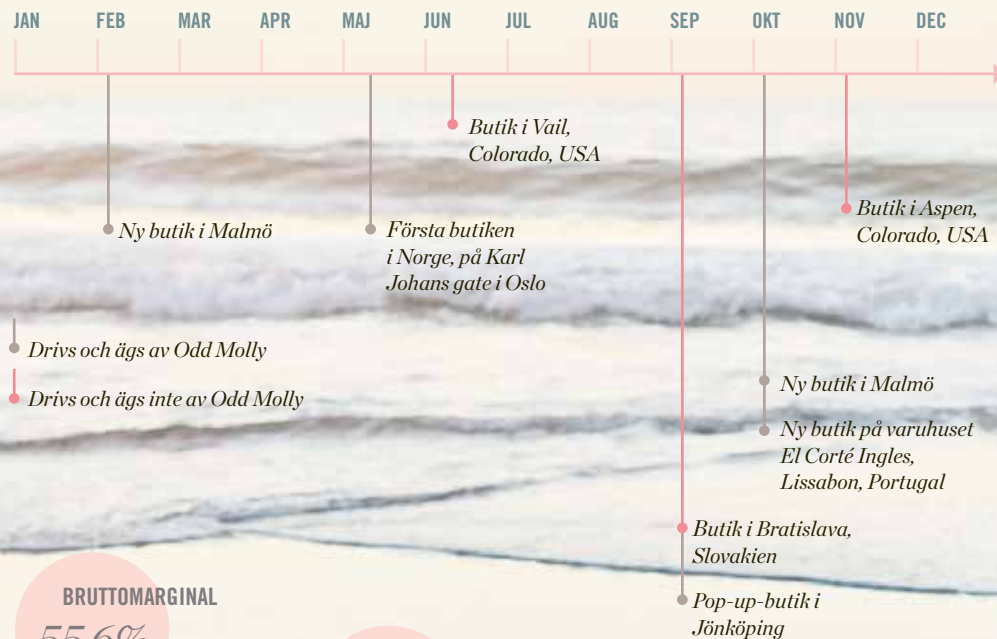
	2016	2015	2014	2013	2012
Total nettoomsättning, TSEK	423 165	345 259	294 953	228 662	224 153
Rörelseresultat, EBIT, TSEK	24 518	12 451	5 516	-24 098	220
Rörelsemarginal, EBIT, %	5,8	3,6	1,9	-10,5	0,1
Avkastning på sysselsatt kapital, %	21,6	14,1	6,6	-24,4	1,4
Avkastning på eget kapital, %	17,8	10,7	4,7	-20,1	2,5
Soliditet, %	54,7	62,1	64,9	64,9	78,2
Eget kapital per aktie, SEK	18,38	16,19	15,62	14,43	19,22
Resultat per aktie, SEK	3,08	1,70	0,71	-3,38	0,52
Utdelning per aktie, SEK	1,00*	1,50	1,00	0,00	1,50
Genomsnittligt antal anställda	94	75	70	56	54
Nettoomsättning per anställd, TSEK	4 495	4 455	4 191	4 070	4 111
Antal egna butiker	18	13	8	6	5

FÖRSÄLJNING PER LAND



* Föreslagen utdelning

NYA BUTIKER 2016



BRUTTOMARGINAL
55,6%

FÖRSÄLNINGSTILLVÄXT
+23%

RÖRELSEMARGINAL
5,8%

ÖKNING AV RÖRELSERESULTAT
+97%

ANTAL LÄNDER
36



ODD MOLLYS FÖRÄNDRINGSRESA



RESAN FRÅN KLÄDER TILL KONCEPT

Från:

Designdriven
Tjejskläder
Grossist
Agenter
Destinationsbutiker
Traditionell detaljhandel
Sverige



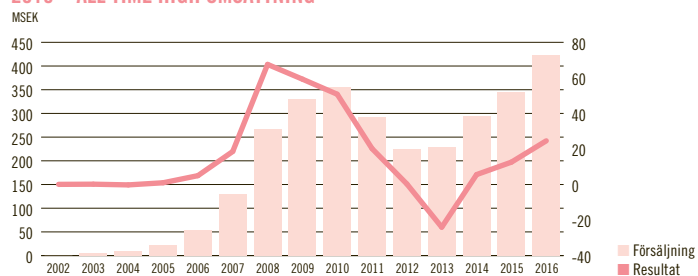
Till:

Kundfokus
Livsstil
Grossist och detaljist
Egen säljkår + agenter + partners
Vältrafikerade lägen
Omni-kanal
Internationell expansion

- Rekordhög omsättning
- Fördubblad lönsamhet
- Nya kunder
- Lojalare kunder
- Bredare distribution
- Stärkt varumärkesposition

2016

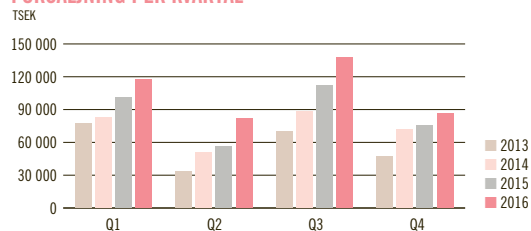
2016 – ALL TIME HIGH OMSÄTTNING



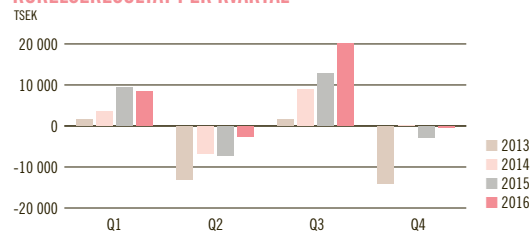
ÖKAD ANDEL EGEN RETAIL



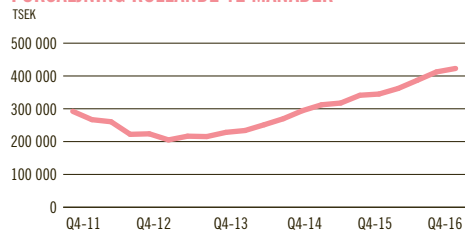
FÖRSÄLJNING PER KVARTAL



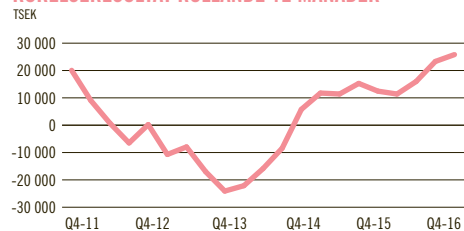
RÖRELSERESULTAT PER KVARTAL



FÖRSÄLJNING RULLANDE 12 MÅNADER



RÖRELSERESULTAT RULLANDE 12 MÅNADER



ETT FANTASTISKT ÅR MED BÅDE MÖJLIGHETER OCH UTMANINGAR

För ett år sedan sa jag att Odd Molly var redo att lyfta. Vår ambition var att säkerställa att vi fick hävstång på genomförda initiativ och ta större kliv på utvalda marknader. Med facit i hand kan jag konstatera att vi gjorde en rejäl förflyttning under året. Odd Molly växte omsättningsmässigt med 23 procent och i det närmaste fördubblade rörelseresultatet. Vi öppnade våra första butiker i Norge och Portugal samt inledde samarbeten i USA och Slovakien. Vi lanserade nya produktkategorier och stärkte vår position på den digitala arenan. 2016 blev ytterligare ett år då vi levererade på våra löften.

MÖJLIGHETER

Under året hade vi tillväxt i alla kanaler. Grossistförsäljningen ökade på våra största marknader, men det är främst tack vare utvecklingen i de egna försäljningskanalerna med webbshopen i frontlinjen som vi överträffade vårt långsiktiga tillväxtmål om 20 procent. Vår digitala strategi med webbshopen som motor i kombination med en stark närvaro i sociala medier är nyckeln till framgång. Och det är ingen slump att vi lyckas digitalt; vi har satt tydliga mål – och nått mycket bra resultat.

Precis som vi föresatte oss inför året har vi haft stort fokus på att hitta nya försäljningsmöjligheter och ta offensiva steg utanför Norden. Det har varit utmanande, roligt och utvecklande. Vi öppnade butiker på strategiskt viktiga platser – antingen själva eller via partner – i Sverige och utomlands. Under våren öppnade vi Odd Mollys första butik i Norge, på Karl Johan i Oslo, och en mindre butiksyta på El Corte Inglés i Lissabon – vår första i Portugal. Vår tillväxt i USA fortsatte under året med bland annat två nya partnerdrivna butiker i Colorado. Odd Mollys partner i Tjeckien, med en butik i Prag, valde också att öppna en butik i Bratislava, Slovakien.

Odd Mollys idé är att vara långsiktigt hållbara och stå för vår unika stil. Vi arbetar alltid utifrån hur Molly skulle tänka och tycka, både i kollektionsarbetet men också i varumärkesfrågor och affärsutveckling. Under året har vi arbetat fram en förnyad hållbarhetsstrategi med visionen om att skapa fler självständiga tjejer – Mollys – i världen.

Ja, vi lämnar ett framgångsrikt 2016 bakom oss, men året var inte bara fyllt av solsken utan också utmaningar, som jag upplever att vi tog oss an och förvaltade mycket väl.

UTMANINGAR

Ett antal externa faktorer påverkade oss negativt under året. Dollarn, som vi gör stora inköp i, utvecklades starkt – och alltså till vår nackdel – vilket påverkade resultatet negativt.

Hösten var också väldigt varm, vilket utlöste en rea-lavin utan dess like. Och jag har sagt det förut – den tuffa readrivna marknaden är här för att stanna. Det är en verklighet vi måste förhålla oss till och agera utifrån. Ett sätt för oss att motverka reaktöpmönstret och sälja en hög andel fullpris i säsong är att presentera nyheter ofta, både genom att släppa nya kollektioner och lansera nya produktgrupper inom Odd Mollys livsstilskoncept. I år lanserade vi både underkläder och träningsplagg, vilka alla fick ett fint mottagande på marknaden. Vi når också flera typer av återförsäljare genom våra nya kategorier.

Det tuffa klimatet, i olika bemärkelser, påverkade självklart också många av våra återförsäljare, särskilt de mindre aktörerna där många för en kamp om att överleva. Det visar sig bland annat i att det är svårare att hitta samarbetspartner som har modet att öppna butiker i ett skede då handeln genomgår stora förändringar.

Marknaden är således full av rabatter och kampanjerbjudanden; samtidigt kräver en ökad digital närvaro ännu mer aktivitet för att ständigt vara intressant för kunden. Vi var tidigt övertygade om



e-handels frammarsch och är rätt positionerade för att fortsätta växa snabbt i både egna och externa kanaler. Odd Mollys stil sticker också ut – vi syns bra på nätet!

FRAMÅT

Vi ska fortsätta vår tillväxtresa, och vi ska göra allt vi kan för att växa med ökad lönsamhet. Vi kommer fortsätta använda vår affärsmodell på ett klokt sätt och växa genom samarbeten där det ger bäst resultat, gärna med partners på marknader där vi ser potential att öppna butiker. Vi förväntar oss också tillväxt i alla kanaler.

Vi ska fortsätta vara lyhörda inför kundens olika behov och möta dem där behoven finns. Det gör att vi arbetar alltmör olika i olika kanaler. Nu under våren har vi lanserat flera nyheter inom vårt koncept där vi känner att det saknas något på marknaden. Vi

har tagit fram vår allra första sportkollektion med plagg i lager på lager från funktionella undertröjor till skidkläder. Vi har också lanserat en vacker och unik bröllopskollektion i liten skala. Grunden i Odd Molly kvarstår; ett tydligt och hållbart livsstilskoncept med en välbalanserad sortimentsmix.

Trots en del utmaningar kan jag återigen summera ett år med många framgångar. Ett resultat som inte varit möjligt utan Odd Mollys kreativa, kloka och kompetenta team. De säkerställer att Odd Molly utvecklas på rätt sätt, i rätt takt och på rätt arenor – och gör att Molly fortsätter ta nya kliv på sitt eget sätt på sin egen väg.

*Anna Attemark
VD*

STRATEGISK INRIKTNING

VÅR AFFÄRSIDÉ

Odd Mollys affärsidé är att designa, marknadsföra och sälja mode och andra livsstilsprodukter i egna butiker och via externa återförsäljare världen över. Odd Molly ska representera en unik blandning av vacker design, kvalitativa värden och sinnlighet.

VÅR MISSION

Odd Molly vill inspirera tjejer i alla åldrar att bryta sig loss från konventionerna och följa sina egna drömmar. Odd Molly kommer alltid kämpa för fler Mollys i världen!

FINANSIELLA MÅL

MÅLUPPFYLLELSE 2016

TILLVÄXTAKT DE NÄRMASTE
ÅREN ÖVERSTIGANDE I GENOM-
SNITT 20% PER ÅR

20%



23%

ÖVER EN KONJUNKTURCYKEL
SÄKERSTÄLLA EN RÖRELSE-
MARGINAL (EBIT) ÖVER 12%

12%



5,8%

EN SOLIDITET SOM ÖVER TIDEN
SKA HÅLLAS PÅ MINST 40%

40%



55%

VÅR STRATEGI

Odd Molly ska växa med lönsamhet genom att fortsätta skapa intressanta kollektioner, utnyttja sin geografiska plattform samt utveckla befintliga och nya försäljningskanaler. Företagskulturen ska präglas av kvalitetsmedvetenhet, ansvarstagande och delaktighet. Odd Mollys strategiska arbete har följande inriktning:

KOLLEKTION. Odd Molly ska designa vackra kläder och närliggande livsstilsprodukter för tjejer. Kollektionerna ska kännetecknas av färg, mönster och hantverk med balans mellan volym, produkter och pris inom ett tydligt stilkoncept.

•
Under året fortsatte Odd Molly lansera produktgrupper som kompletterar bolagets klädkollektioner i linje med Odd Mollys livsstilskoncept. Nytt för året var skor, underkläder och en sportkollektion.

KANALER. Odd Molly ska öka antalet återförsäljare genom fortsatt noggrant urval av återförsäljare. Odd Molly ska i högre grad även driva och utveckla egen detaljhandelsverksamhet i flera kanaler.

•
Grossistförsäljningen visade tillväxt och den egna retailförsäljningen fortsatte utvecklas mycket starkt under året, med den egna webbshopen som draglok. Odd Molly öppnade sina första butiker i Norge respektive Portugal, samt tre nya butiker i Sverige. Dessutom öppnades tre partnerägda butiker i USA och Slovakien.

MARKNADER. Odd Molly ska fortsätta att långsiktigt stärka varumärket och driva försäljning med fokus på de marknader där Odd Molly har störst förutsättningar att nå en långsiktigt stark marknadsposition. Odd Molly ska öka kontrollen på strategiska marknader och kontinuerligt utvärdera möjligheterna för etablering på nya marknader.

•
Utvecklingen på den svenska marknaden, där Odd Molly har ett eget försäljningsteam, var fortsatt mycket bra. Webbshopen och e-handelsåterförsäljare växte starkast under året varför Odd Molly fortsätter att investera i sin digitala plattform. Internationellt togs ett antal positiva steg under året, framförallt genom externa partner och återförsäljare.

MÄNNISKOR. Odd Mollys organisation ska upprätthålla högsta kvalitet, driv och engagemang och vara anpassad till bolagets långsiktiga behov och tillväxt. Hänsyn till Odd Mollys omvärld ska genomsyra verksamheten.

•
Under året förstärktes organisationen ytterligare, bland annat med en ny CFO och ny marknadschef. En uppdaterad hållbarhetsstrategi arbetades fram i samarbete med externa specialister.

AFFÄRSMODELL

Odd Molly säljer sina produkter via externa återförsäljare runt om i världen och driver även i allt högre grad egen försäljning till konsument i form av fysiska butiker, webbshop och outlets samt shop-in-shops.

Sedan några år tillbaka har Odd Molly försäljningsansvaret gentemot återförsäljarna i Skandinavien och USA, vilket ökar kunskapen om och möjligheten till att påverka försäljningen på bolagets största marknader. Odd Molly har också samarbetspartner

på ett antal marknader där potentialen för att öppna butiker är stor, och där partnern driver verksamhet under franchiseliknande form.

Med agenter på övriga marknader kan Odd Molly nå en relevant mix av återförsäljare, med rätt profil och varumärken, utan att stora kapitalinvesteringar krävs. Agenten får i sin tur exklusiv rätt att sälja Odd Mollys sortiment på en geografiskt avgränsad marknad.

FRAMGÅNGSFAKTORER

1. Flexibel affärsmodell – flera vägar till lönsam tillväxt. Rätt modell på rätt marknad.
2. Tydligt kundfokus och balanserad prismix.
3. Livsstilskoncept – möjliggör breddat erbjudande och ny distribution.
4. Sortiment av hög kvalitet med balans och ständigt nyhetsflöde.
5. Omni-kanalerbjudande med ett skalbart butikskoncept.

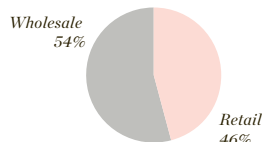
RETAIL

- Butiker som drivs av Odd Molly.
- Fristående butiker, outlets, butiker i köpcentra och varuhus med Odd Molly-anställda.
- Sverige, Norge, Finland.
- Webbshop.

WHOLESALE

- Återförsäljare (butiker och webb-butiker).
- Butiker som drivs av partners.
- Shop-in-shops som drivs av återförsäljare.

FÖRSÄLJNING



Tre snabba frågor till Odd Mollys amerikanske partner Juan Carlos Aziz, som öppnade två Odd Molly-butiker under 2016 – en i Vail och en i Aspen, Colorado.

VAD FICK DIG ATT VILJA ÖPPNA ODD MOLLY-BUTIKER I USA?

– Det började med att jag, för ungefär två år sedan, tog in Odd Molly leggings till min butik i Vail, som på den tiden var en flermärkesbutik med främst skidkläder. Försäljningen av Odd Mollys plagg blev en stor säljsuccé, vilket ledde till att vi skapade ett så kallat "soft corner" med endast Odd Molly-produkter innan vi tog steget fullt ut och gjorde om hela butiken till en fullständig Odd Molly-butik. Konceptet är så unikt, det är fullkomligt annorlunda från vad jag har sett tidigare på marknaden.

VILKEN ÄR ODD MOLLYS STÖRSTA STYRKA?

– Odd Mollys team. Det är en otrolig organisation med fantastiska personer som skapar unika, personliga mönster och produkter som går utanför ramarna. Allt från inredningen i butiken till kläderna och accessoarerna sticker ut och gör att kunderna dras in i butiken, även om de kanske inte planerat det.

HUR SER ODD MOLLYS FRAMTID UT – VAD ÄR DITT NÄSTA STEG?

– Vi har redan öppnat ytterligare en Odd Molly-butik i Aspen under 2016 och har planerat ännu fler öppnanden av butiker i USA under 2017. Nu testar vi i en mindre universitetsort här i Colorado. Vi har lärt oss mycket men har också mycket kvar att lära, det är en inlärningsprocess. Det är fantastiskt att få jobba med Odd Mollys team, vi jobbar väldigt nära och delar samma mål – att göra Odd Molly till ett världsomspännande varumärke, välkänt i Sverige och i hela världen.



Anna Attemark, VD,
Victoria Jonsson, Sales Manager US,
Johanna Palm, CFO,
och Juan Carlos Aziz i butiken i Aspen



VARUMÄRKET

Odd Molly är ett varumärke som säger JA till att gå sin egen väg. Idag säljs Odd Molly världen över. Men historien startade som en hyllning till en skatetjej vid namn Molly i Venice Beach på 80-talet. Genom att våga bryta mot konventionerna och följa sitt hjärta blev hon Odd Mollys eviga musa, vars livsglädje och styrka att gå sin egen väg genomsyrar vartenda steg som tas. Odd Molly kommer alltid inspireras av, och kämpa för, fler Mollys i världen.

Odd Molly är inte bara ett modekoncept. Odd Molly är på riktigt. I allt vi gör – från våra kollektioner till vår kommunikation – uppmuntrar vi tjejer att våga bryta mot konventioner och bli mer sanna mot sig själva. Genom att agera i Mollys anda, gör vi livet lite roligare för både oss själva och andra.

Vi designar livfulla kollektioner inom allt från kläder till heminredning, som gör det möjligt för tjejer över hela världen att vara, se ut och känna sig som sitt bästa jag. Oavsett ålder eller klädstorlek. Och alltid med övertygelsen att skönhet börjar inifrån. Fler Mollys i världen!



KOLLEKTIONEN VÄXER FRAM

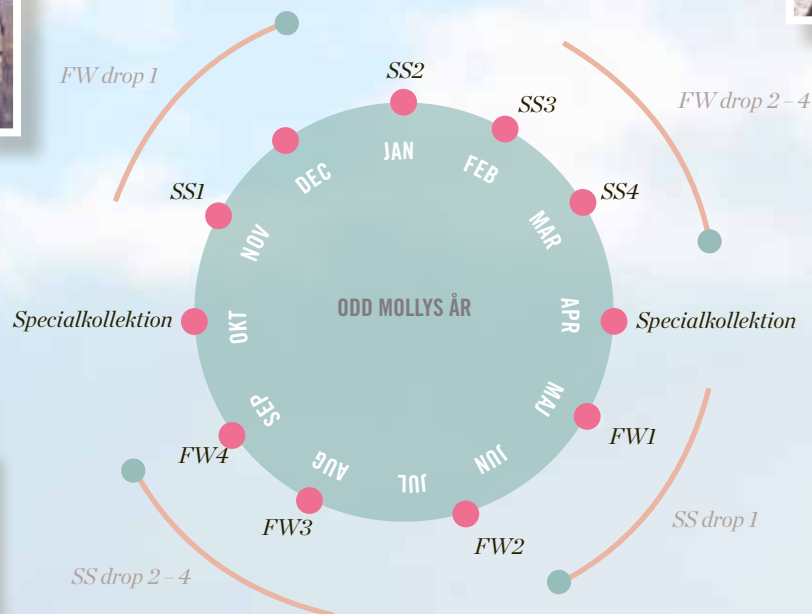
ODD MOLLY-ÅRET

Odd Molly utvecklar två huvudkollektioner med vardera fyra släpp som säljs in vid fyra tillfällen per år. Många olika kollektions-släpp har flera fördelar; jämnare varuslöde, högt nyhetsvärde – och fler tillfällen då Odd Molly möter sin kund. Det leder till återkommande dialogmöjligheter, bättre styrning och tätare uppföljningar.

För att förstärka Odd Molly som ett livsstilsvarumärke släpper Odd Molly utöver huvudkollektionerna även mindre specialkollektioner. Under 2016 släpptes specialkollektioner med bland annat underkläder, skor, heminredning och träningskläder.

Designen av en kollektion påbörjas ungefär ett år innan varorna är ute för försäljning i butik. Inspiration hämtas från alla världens hörn där stor vikt läggs vid att vidhålla Odd Mollys säregna och utmärkande stil. Inför årets kollektionsarbete åkte hela designteamet bland annat till Los Angeles och världens största loppmarknad – Rose Bowl – för att få inspiration. Mycket intryck kommer även från internationella trendanalyser men ännu mer från människor på gatan. Målet med Odd Mollys kollektioner är att plaggen alltid ska vara "easy to wear".

Designteamet arbetar fram varje kollektion som visas på ett säljmöte där den nya kollektionen presenteras för inbjudna agenter, partners och den egna butiksorganisationen. När Odd Molly mottagit alla order från egna säljare, agenter och distributörer kan bolaget planera produktionen hos sina utvalda tillverkare.



- Kollektionen landar i butik
- Säljperiod
- Orderdeadline

SS = Spring/Summer Collection
FW = Fall/Winter Collection

Who is Molly?

Molly is the Pippi Longstocking of the fashion industry.

Molly is a free spirit with tons of joy.

Molly is free.

Molly is brave.

Molly is enjoying life.

Molly dares to be herself.

Molly dares to go her own way.

Molly acts with humor and a twinkle in her eye.

Molly cares about her friends and family.

Molly is a world traveler.



ODD MOLLYS VERKSAMHET

Odd Molly har utvecklats från ett varumärkesföretag med kläder för tjejer till ett etablerat livsstilskoncept. Affärsmodellen är flexibel, plattformen solid och potentialen fortsatt stor. För ett livsstilskoncept som Odd Molly är utvecklingsmöjligheterna många. Ambitionen är att utveckla erbjudandet och växa på egen hand och tillsammans med bolagets befintliga och blivande externa återförsäljare och partners.

Odd Molly satsar på att stärka sina egna försäljningskanaler vid sidan om de externa återförsäljarna som alltsedan starten för närmare femton år sedan är bolagets ryggrad. Genom de egna försäljningskanalerna ökar förståelsen för kunden och Odd Molly får därmed ett bättre verktyg för att forma nästa framgångsrika kollektion.

BUTIKER

ODD MOLLY-BUTIKER

Odd Molly-butikerna ger bolaget en möjlighet att visa hela kollektionerna i en för varumärket särskilt anpassad miljö. Odd Molly-butikerna följer alla samma särpräglade inredningskoncept. Odd Mollys bedömning är att fler egna butiker gör livsstilskonceptet tydligare och ger alla parter större förutsättning att öka sin försäljning. Under 2016 öppnades åtta nya butiker, varav tre drivs av partners. Detta innebär att det vid årsskiftet totalt fanns 22 butiker. Målet är att upplevas och omnämnas som den bästa butiken i varje stad där bolaget är etablerat.

OUTLETBUTIKER

Outletbutikerna utanför Stockholm och Göteborg, gör att Odd Mollys storstadsbutiker kan ha en kortare reaperiod och alltid ge ett fräscht intryck med mycket nya varor. Outletbutikerna ger samtidigt en möjlighet till längre försäljningsperiod för tidigare säsongers kollektioner.

SHOP-IN-SHOP

Shop-in-shops, det vill säga dedikerade ytor i en butik eller i ett varuhus, skapar en stark varumärkeskänsla och gör det lättare att hitta Odd Mollys plagg i en multibrandmiljö. 12 nya shop-in-shops tillkom under året.

WEBBSHOP

En ständigt ökande andel av Odd Mollys försäljning sker på webbshoppen som sedan starten 2011 har visat mycket stark tillväxt under hög lönsamhet. Det är koncernens snabbast växande kanal. Odd Mollys webbshop är öppen för handel inom samtliga EU-länder, Schweiz och Norge samt Australien och USA. Sverige är den stora motorn i webbshopens starka utveckling och fokus är att utveckla marknaderna i främst Norge, Finland, Tyskland och USA. Den digitala plattformen är också en mycket bra källa till analys, statistik och information om kundbeteende och köpmönster.

Webbshopens framgångsfaktorer

- Odd Molly har ett stilkoncept som passar för e-handel (livliga mönster, glada färger, 3D).
- Ständiga nyheter med kontinuerliga uppdateringar och nya kollektionssläpp gör det intressant och attraktivt för konsumenten.
- Kontinuerliga investeringar i den digitala plattformen skapar hög användarvänlighet.
- Stort fokus på sociala medier genererar trafik och försäljning.
- Webbshopen har nått omkring 40 marknader på kort tid och hade 3,6 miljoner besökare under 2016.

BUTIKSETABLERING

Odd Molly har arbetat fram ett butikskoncept med formspråk och inredning som är särpräglad, tydligt och enkelt att rulla ut i olika former av butiksytor. Det är med andra ord både skalbart och har hög igenkänningsfaktor i dagens köpmiljöer med många stora kedjebutiker. Butikerna ska ligga där Molly och hennes vänner är, i vältrafikerade sammanhang. Butikerna ska ge en känsla av att komma hem till Molly. En större andel egna butiker blir också viktig för alla digitala kanaler; då bolaget får fler ytor att visa varumärket på. Med en starkare butiksplattform blir också Odd Molly en mer intressant hyresgäst och kan därmed nå en mer gynnsam förhandlingsposition. Avgörande för alla etableringsbeslut är alltid läget.

KOLLEKTION

Odd Mollys design har ett helt eget formspråk – en unik stil med kläder som är feminina, smickrande och lätta att bära. Viktiga designkomponenter är färg, mönster och detaljer som kräver en mänsklig hand. Målet är att utveckla nyskapande kollektioner som andas varumärkets själ och är kommersiellt intressanta. Det finns ett hållbarhetstänk i allt från grundmaterial till produktion och företaget arbetar ständigt med att upptäcka nya miljövänliga material. Allt ska andas kvalitet och ge en känsla av naturmaterial. Målgruppen är tjejer i alla åldrar och från olika kulturer – tjejer som vill må och se bra ut.

Sortimentet har idag en bra balans mellan olika varuslag, mellan enklare produkter och mer dekorerade plagg samt mellan välkända produkter och nyheter. Fler varuslag i lägre prisgrupper bidrar till att driva försäljning, medan mer arbetade plagg bidrar till att stärka varumärket – enkelt uttryckt. Odd Mollys kläder är positionerade i det övre mellanprissegmentet. Grunden är kläder och accessoarer för tjejer, men utvecklingsmöjligheterna som livsstilskoncept är stora.

Den allra viktigaste utgångspunkten för bolagets utvecklingsarbete är att förstå vem Odd Mollys kund är – hennes livsstil, preferenser och drömmar. Hon definieras och personifieras som Molly.

ORGANISATION

Molly och hennes driv inspirerar och genomsyrar den dagliga verksamheten. Välmående och trivsel på arbetsplatsen värderas högt. Yoga, träningspass och massage på arbetstid är exempel på aktiviteter som skapar bättre sammanhållning och hälsa hos de anställda. Vidare anordnar företaget avdelningar diverse teamdagar för inspiration och utveckling. På retailavdelningen erbjuds exempelvis de anställda sälj- och ledarskapsutbildning två gånger om året.

Odd Molly har en stark företagskultur och tydliga värderingar. Det är lika viktigt att arbeta strukturerat mot satta mål som att känna att det är roligt att gå till jobbet, att få växa och utvecklas inom företaget. Med ytterligare ansvar tillkommer även krav på flexibilitet och anpassningsförmåga – utveckling sker inte utan förändring.

På Odd Molly finns funktioner från design och inköp till försäljning, ekonomi, logistik och marknadsföring samt butik. Vid årets slut hade Odd Molly 107 (81) anställda i Sverige, Danmark, Norge, Finland och USA, av dessa var 100 (72) kvinnor och 7 (9) män.

DISTRIBUTION

Merparten av Odd Mollys försäljning sker idag i Västeuropa, framförallt i Sverige, men med ett ökande intresse för varumärket i bland annat USA. Odd Molly återfinns i allt från personliga modebutiker till trendiga designerbutiker och välkända varuhus. Sverige är Odd Mollys första och största marknad. Tillsammans med Tyskland, Schweiz, Finland och USA svarade de fem största marknaderna för cirka 87 procent (88) av den totala försäljningen år 2016. Vad gäller tillväxt fokuserar Odd Molly på marknader där bolaget har störst förutsättningar att nå en stark position.

KOMMUNIKATION

Odd Molly samordnar sina kampanjer och erbjudanden i alla kanaler. Aktiviteterna till kundklubsmedlemmarna är huvudsakligen inriktade på att ge mervärde – såsom möjlighet att se och köpa nya kollektioner i förväg, få förtur till rea, give-aways och andra särskilda erbjudanden. Kundklubben är samtidigt ett mycket bra verktyg för Odd Molly att kunna analysera målgrupp, beteenden och preferenser.

Allt marknadsföringsmaterial tas fram internt, men anpassas till varje lokal marknad ute i världen i samarbete med respektive agent eller distributör som sedan ansvarar för den dagliga varumärkeshanteringen på sin marknad. Odd Mollys marknadsföring sker genom ett antal olika kanaler; där en av de viktigaste är representation på internationella mode- och inredningsmässor. Kopplingen mellan fysiska butiker, webben och sociala medier blir allt viktigare. Odd Molly har satsat stort på digital närvaro under året – både vad gäller affärsutveckling och kommunikation i sociala medier. Alla som representerar Odd Molly och som hjälper företaget att sprida livsglädje är Odd Mollys "Friends". Under sommaren 2016 representerades Odd Molly på flertalet svenska musikfestivaler genom varumärkets Friends. Odd Mollys Friends hjälper företaget att marknadsföra sig på sociala medier; att nå ut till en större kundkrets samt att personifiera märket ytterligare. En aktiv närvaro på sociala medier är ett viktigt steg för att nå ut till Mollys i alla generationer.

A full-page photograph of two women standing on a wooden pier. The woman on the left has long blonde hair and is wearing a pink dress with a white paisley pattern. The woman on the right has long brown hair and is wearing a bright pink dress with white embroidery. They are both smiling and looking towards the right. In the background, there is a body of water, a small boat, and a distant shoreline under a clear sky.

FLER MOLLYS I VÄRLDEN

På Odd Molly premieras internrekrytering och inom företaget finns flertalet exempel på anställda som vuxit inom organisationen. Här är två av många goda exempel på att Odd Molly är ett företag i ständig förändring som bygger sin framgång på bra människor med rätt förmåga och attityd och som vågar gå sin egen väg.

EN MOLLY I SVERIGE

En av företagets anställda kom från ett större företag och började på Odd Mollys kundtjänst. Hon attraherades av den starka företagskulturen och chansen att få växa. Trots att hennes nya roll innebar mindre ansvar och lägre lön än hos hennes tidigare arbetsgivare, såg hon möjligheterna att utvecklas inom organisationen. Efter fyra år och tre avancemang har hon nu fått utökat ansvar och är chef över två avdelningar i organisationen.

EN MOLLY I USA

En annan av företagets anställda slog bakut då hon förstod att ledningen tänkte lägga verksamheten i USA i malpåse när försäljningen inte tog fart. Hon hade sedan något år varit verksam i den amerikanska verksamheten, som då hade en agent med säljansvar. Med ett löfte om att dubbla försäljningen på ett år fick hon förtroendet att ta säljansvaret i USA. Nu arbetar hon i nära samarbete med Odd Mollys partner, som redan öppnat flera butiker i Nordamerika, med fortsatt höga tillväxtplaner.

A full-page photograph serves as the background. On the left, a woman with long brown hair, wearing a pink and white plaid shirt and light blue jeans, holds the lead rope of a white horse. On the right, another woman with blonde hair, wearing a black hat, a dark leather jacket over a white lace top, and black fringe boots, is walking and smiling. The background is a lush green field with trees and a wooden fence under bright, warm sunlight.

ODD MOLLY IS A BRAND WITH A MIND, A HEART AND A CONSCIENCE

MIND

Odd Molly vill hjälpa sina kunder att klä sig mer hållbart och erbjuder ett tydligt stilkoncept med hållbara material, hög kvalitet och lång livslängd.



Så lite påverkan som möjligt - så lång livslängd som möjligt. Befrämja återbruk och återvinning.

HEART

Odd Molly vill kämpa för tjejers rätt till självständiga beslut gällande sina egna liv och samhällsutvecklingen.



Ett samhälle där tjejer känner stor frihet och vågar följa sina drömmar, genom tillgång till egenförsörjning, yttrandefrihet och accepterad mångfald.

CONSCIENCE

Odd Molly vill påverka samarbetspartners, medarbetare och samhället i en positiv riktning genom att aktivt ta ansvar.



Långsiktiga och förtroendefulla relationer med samarbetspartners och medarbetare som skapar ökat värde för vår omgivning.

ODD MOLLYS ANSVAR

Odd Mollys hela idé bygger på att verka hållbart – gärna i samverkan med andra i branschen och med externa parter. Ambitionen är att fortlöpande ta steg för att förbättra ansvarsarbetet ytterligare, och under året inleddes en gedigen process för att forma en ny hållbarhetsstrategi för bolaget. Odd Molly vill bidra positivt i ännu större utsträckning och få ut mer av hållbarhetsarbetet genom att arbeta systematiskt, med en tydlig ambition, mot tydliga mål.

Det långsiktigt hållbara är, och har alltid varit, en självklar del av Odd Molly. Arbetet med att forma Odd Mollys nya hållbarhetsstrategi utvecklades under året med stöd av externa specialister på området. Bolaget inledde en dialog med sina viktigaste intressentgrupper för att bättre förstå vilka frågor de upplever som viktigast.

Alla i bolaget engagerades på olika sätt för att få fram vad som är väsentligast för Odd Molly att fokusera på. Tillsammans formulerades tydliga mål inom vilka områden och på vilket sätt Odd Molly ska mäta utvecklingen. Arbetet är i ständig utveckling och visionen är att göra positiv skillnad och bidra till flera Mollys i världen.

VÅR VISION

Odd Molly gör positiv skillnad och bidrar till fler Mollys i världen.

VÅRA ÖVERGRIPANDE MÅL

Vi ska...

- maximera vår påverkan på omvärlden i en positiv riktning och minimera vår negativa påverkan, genom hela vår värdekedja från inköp till försäljning.
- fokusera på det som gör skillnad, som är viktigt för våra kunder och positivt för vår affär. Vi är övertygade om att vårt hållbarhetsarbete är en förutsättning för nöjda kunder och bidrar till långsiktig lönsamhet.
- vara aktiva i övergången till ett hållbart samhälle, det är en självklarhet och något som vi, våra kunder och andra intressenter förknippar med Molly, vår ledstjärna.

VÅRA FOKUSOMRÅDEN

Vi har delat upp vårt hållbarhetsarbete i tre fokusområden som ska integreras i vår affär och vårt sätt att arbeta.

MIND – Odd Molly har en hållbar idé och design

HEART – Odd Molly inspirerar tjejer att gå sin egen väg

CONSCIENCE – Odd Molly påverkar sin omvärld i en positiv riktning

Alla som arbetar med och för Odd Molly ska må bra!



ODD MOLLYS ANSVAR

Odd Mollys ansvar innefattar god etik, socialt ansvarstagande och miljötänkande. De etiska och miljömässiga riktlinjerna gäller alla som arbetar med Odd Molly – de egna medarbetarna, leverantörer, underleverantörer och andra samarbetspartner. Miljöpåverkan ska minimeras i största möjliga mån i alla led av bolagets värdekedja. Odd Molly ska vara ett sunt företag och en god förebild där ansvarstagande är en del av företagskulturen. Odd Mollys kläder är av hög kvalitet som tål att användas år efter år, och efterfrågas även i stor utsträckning på andrahandsmarknaden.

ODD MOLLYS HÅLLBARHETSARBETE

Odd Molly arbetar konsekvent utifrån företagets etiska och miljömässiga riktlinjer med syftet att inte endast minimera uppkomsten av affärsrisker, som i förlängningen kan påverka såväl varumärke som företagets anseende, utan även ta ansvar för att använda resurser på ett hållbart sätt.

Bolaget har riktlinjer för sina leverantörer och följer Fair Wear Foundations uppförandekod, "Code of Labour Practice", som bland annat syftar till att säkerställa att produktionen sker under goda arbetsförhållanden och baseras på ILO-konventioner samt FN:s barnkonvention.

ANSVARFULL PRODUKTION

Odd Molly har ingen egen tillverkning utan låter producera sina kollektioner hos utvalda leverantörer i Kina, Indien, Italien, Polen, Portugal, Spanien och Marocko. Med många handgjorda och komplicerade detaljer i plaggen ställer Odd Molly särskilt höga krav på sina leverantörer. Valet av tillverkare är främst baserat på produktkvalitet och leveranssäkerhet, men även etik- och miljöarbete väger in liksom att produktionen är ekonomiskt försvarbar. Odd Molly ser löpande över sitt nätverk av samarbetspartner, även om ambitionen är att värna nära samarbeten och långa relationer.

Odd Molly arbetar dels direkt med sina leverantörer, dels genom samarbeten med produktionsagenter i Asien och Europa. Produktionsagenten arbetar i nära dialog med Odd Mollys produktionsavdelning för att finna rätt tillverkare för bolagets behov. Odd Molly har en extern samarbetspartner i Kina som hjälper bolaget med kvalitets- och produktionskontroll på plats. Denna part utför kontroller av färdiga produkter innan de godkänns för leverans till Sverige och genomför även inspektioner under produktionsprocessens gång för att säkerställa att plaggen når upp till Odd Mollys

högt ställda krav. Vidare fungerar de som Odd Mollys förlängda arm vad gäller uppföljning av utförda externa sociala revisioner. Odd Mollys eget design- och produktionsteam besöker tillverkarna regelbundet för att diskutera utvecklingsmöjligheter, teknik och kvalitetsfrågor, normalt sett två gånger per år.

MILJÖANSVAR

Odd Mollys strävar efter en produktutvecklingsprocess med minsta möjliga miljöpåverkan. I varje steg i produktionscykeln ska miljöaspekten vägas in, från val av material, produktion och transport, till att den färdiga produkten når butik.

Odd Molly arbetar aktivt med att motverka förekomsten av farliga kemikalier i produkter samt att säkerställa att REACH, kemikalielagstiftningen inom EU, efterlevs. Alla leverantörer måste skriva under att de följer reglerna om förbjudna kemikalier och Odd Molly låter genom stickprover kontrollera att så sker. Odd Molly är sedan 2011 medlem i Kemikaliegruppen inom SWEREA/TVF, som är en kunskapsplattform med syfte att hjälpa medlemsföretagen att motverka förekomsten av farliga ämnen i deras produkter samt förbättra bolagens informationsgivning kring frågor om kemikaliehantering.

För att i största möjliga mån bidra till att minska utsläppen av koldioxid är Odd Mollys förstahandsval av transportsätt alltid båtfrakt alternativt bilfrakt från leverantörer i Europa. Om detta inte är möjligt sker en kombination av flyg- och båttransport eller flygtransport. Odd Molly utvärderar löpande sina transporter för att hitta optimala lösningar. Ambitionen är att minimera antalet flygfrakter.

Odd Molly är sedan 2010 engagerade i ett samarbetsprojekt tillsammans med ett trettiotal företag inom den svenska textilindustrin – Sweden Textile Water Initiative. Syftet med initiativet är att arbeta proaktivt för att förstå och förbättra vattenpåverkan från textil- och läderproduktion. STWI har bland annat tagit fram gemensamma riktlinjer som stöd för en hållbar användning av vatten i produktionskedjan. STWI Projects, som är ett samarbete mellan SIWI, Sida och flera medlemsföretag, syftar till att med utbildning och stöd, göra det möjligt för tillverkarna att med enkla och kostnadseffektiva åtgärder minska förbrukningen av vatten, kemikalier och energi. Tre av Odd Mollys tillverkare, som står för cirka 16 procent av bolagets inköpsvolym, deltog i projektet för andra året i rad, nu också tillsammans med en av sina underleverantörer, ett färgeri.

Ett annat initiativ är samarbetet med mobilappen Cirqle, vars syfte är att öka återanvändningen av textil. Genom att lämna in använda klädesplagg eller andra textilier till någon av Cirqles insamlingsplatser får inlämnaren ett erbjudande – som till exempel rabatter eller värdekuponger – av olika modeföretag, däribland Odd Molly.

SOCIALT ANSVAR

Sedan 2009 är Odd Molly medlem i Fair Wear Foundation – en oberoende organisation vars mål är att förbättra arbetsvillkoren inom textilindustrin. Tillsammans med organisationen driver Odd Molly ett aktivt och kontinuerligt förbättringsarbete på fabrikerna. Samarbetet innebär bland annat att organisationen gör inspektioner av Odd Mollys leverantörer enligt en gemensamt framtagna plan.

Fair Wear Foundation utvärderar löpande Odd Molly som medlem för att säkerställa att företaget internt arbetar på ett optimalt sätt för att följa den uppsatta planen och aktivt verkar för att åstadkomma förändring tillsammans med sina leverantörer. Utvärderingarna publiceras på Fair Wear Foundations och Odd Mollys hemsidor. Graderingskategorierna spänner från "Need improvements" till "Leader". Odd Molly har för närvarande graderingen "Good".

Målet med Fair Wear Foundations arbete och revisioner är att i första hand utvärdera och förbättra förhållandena i Odd Mollys befintliga fabriker. Inspektionerna är alltid föranmälda för att bibehålla goda relationer med leverantörerna och bidra till en dialog om förbättringsarbetet.

Odd Molly har uppnått målet att leverantörer motsvarande 90 procent av produktionsvolymen årligen ska inspekteras. Vid kontrollerna framkom att inom områdena levnadslöner och reglerad övertid behöver det långsiktiga förändringsarbetet fortgå. Fair Wear Foundation strävar efter att fabrikerna, utöver att följa rådande lagar gällande minimilöner, ska betala ut löner som arbetarna kan leva på. Inspektionerna har visat att det här är ett område som fortfarande kan förbättras. Bedömningen är att leverantörerna är positiva till att följa de förbättringsplaner som tas fram.

Under 2016 genomfördes sex nya revisioner samt uppföljning av de som gjorts tidigare. Odd Molly uppfyller kravet från Fair Wear Foundation att ha 90 procent av produktionsvolymen tillverkad på fabriker som kontrollerats de senaste tre åren. Fyra av Odd Mollys leverantörer engagerades i Fair Wear Foundations utbildningsprogram för arbetarna med målet att öka kunskapsnivån och medvetenheten för att fabrikerna på egen hand ska kunna göra hållbara förbättringar.

Läs mer om Fair Wear Foundation och om genomförda inspektioner på www.fairwear.org.

JÄMSTÄLLDHET

Odd Molly tror på jämställdhet i ledande positioner och är stolta över att vara högst rankade på Allbrights prestigefulla lista över jämställda företag för 2015. Vi hyllar Molly i allt vi gör. Vi vill inspirera tjejer i alla åldrar att bryta sig loss från konventioner och följa sina egna drömmar. Vi kommer alltid att kämpa för fler Mollys i världen.

DJURRÄTT

Odd Molly använder inte ädelpäls i sina produkter, endast päls och skinn från djurarter som föds upp för livsmedelsindustrin. Bolaget är sedan 2012 med på "Pälsfria listan", Fur Free Retailers program. Bolaget accepterar inte metoder såsom mulesing och köper därför inte merinoull med australienskt ursprung. Odd Molly har som krav att deras dunleverantörer är certifierade enligt IDFL, och som kan garantera dun från icke levande fåglar. Bolaget använder ingen angora i sina plagg.

Odd Molly har för avsikt att framöver rapportera sitt hållbarhetsarbete inspirerat av riktlinjerna i GRI, Global Reporting Initiative. Läs mer om Odd Mollys hållbarhetsarbete på oddmolly.com.







Anne Morrow Lindbergh



GIFT

ODD MOLLYS AKTIE

Odd Mollys informationsgivning till sina aktieägare och övrig kapitalmarknad syftar till att skapa en rättvisande bild av verksamhetens utveckling, minimera risken för ryktesspridning och spekulationer samt bidra till att öka intresset för bolagets aktie. Ambitionen är att agera snabbt och korrekt. Odd Mollys aktie är sedan juni 2010 noterad på Nasdaq Stockholm.

BÖRSVÄRDE OCH OMSÄTTNING

Sista betalkurs per den 31 december 2016 var 45,90 SEK (38,60), vilket gav ett börsvärde för Odd Molly på 264,0 MSEK (222,0). Under räkenskapsåret omsattes i genomsnitt cirka 5 387 aktier per dag (3 791). Totalt omsattes 1,3 miljoner Odd Molly-aktier (1,0) till ett värde av 54,3 MSEK (42,2). Lägsta kurs var 32,20 SEK (27 juni 2016) och högsta kurs var 45,90 SEK (31 december 2016). Kursuppgången under 2016 uppgick till 24,05 procent, vilket kan jämföras med en nedgång på 7,0 procent under 2015. Under räkenskapsåret 2016 steg OMXSPI Index med 9,28 procent.

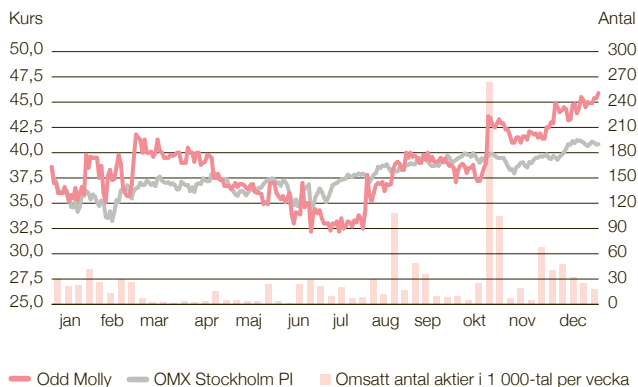
AKTIEKAPITAL

Odd Mollys aktiekapital uppgick per den 31 december 2016 till 575 200 MSEK fördelat på 5 752 000 aktier med ett kvotvärde om 0,1 SEK per aktie. Enligt bolagsordningen ska aktiekapitalet vara lägst 500 000 SEK och högst 2 000 000 SEK fördelat på lägst 5 000 000 aktier och högst 20 000 000 aktier. Odd Molly har endast ett aktieslag. Aktierna är utgivna i enlighet med svensk lagstiftning och är denominerade i svenska kronor. Aktieägarnas rättigheter kan endast ändras i enlighet med de regler som föreskrivs i aktiebolagslagen (2005:551). Varje aktie medför lika rättighet till andel av bolagets tillgångar och resultat. På bolagsstämman berättigar varje aktie till en röst och alla aktieägare kan rösta för det fulla antalet aktier som innehas utan några begränsningar i rösträtt. Aktierna kan fritt överlåtas.

AKTIEKAPITALET UTVECKLING

År	Transaktion	Ökning av antal aktier	Totalt antal aktier	Ökning av aktiekapital, SEK	Totalt aktiekapital, SEK
2002	Bildande		1 000		100 000
2003	Nyemission	110	1 110	11 000	111 000
2005	Split 100:1	109 890	111 000		111 000
2005	Nyemission	11 000	122 000	11 000	122 000
2007	Split 41:1	4 880 000	5 002 000		122 000
2007	Fondemission		5 002 000	378 200	500 200
2007	Nyemission	750 000	5 752 000	75 000	575 200

AKTIENS UTVECKLING



AKTIEBASERADE INCITAMENTSPROGRAM

Inom Odd Molly fanns vid årets slut två utestående incitamentsprogram baserat på teckningsoptioner i Odd Molly Sverige AB.

Ett optionsprogram fastställdes vid årsstämman 2014 och innebar att 100 000 teckningsoptioner tillkom helägda dotterbolaget Odd Molly Sverige AB för vidare överlåtelse till vissa ledande befattningshavare.

Vid en extra bolagsstämma den 24 februari 2016 beslutades om ett nytt optionsprogram i anslutning till att ett tidigare incitamentsprogram riktat till VD och vice VD förföll. Stämman beslutade i enlighet med styrelsens förslag om ett incitamentsprogram baserat på teckningsoptioner i Odd Molly Sverige AB. Optionsprogrammet innebar att 300 000 teckningsoptioner tillkom Odd Molly Sverige för vidare överlåtelse till VD och vice VD.

UTDELNINGSPOLICY

Styrelsens mål är att årligen föreslå att bolagsstämman beslutar om utdelning motsvarande minst 40 procent av bolagets vinst till aktieägarna. Styrelsen kommer innan ett sådant förslag lämnas överväga om det finns möjlighet att lämna utdelning i denna storleksordning. I övervägandet kommer styrelsen att beakta flera faktorer, bland annat bolagets verksamhet, rörelseresultat och finansiella ställning, aktuellt och förväntat likviditetsbehov, expansionsplaner och andra väsentliga faktorer.

Styrelsen i Odd Molly föreslår årsstämman att en utdelning om 1,00 SEK (1,50) per aktie lämnas för räkenskapsåret 2016.

NYCKELTAL PER AKTIE

	2016	2015	2014	2013	2012
Eget kapital per aktie, SEK	18,38	16,19	15,62	14,43	19,22
Resultat per aktie, SEK	3,08	1,70	0,71	-3,38	0,52
Utdelning per aktie, SEK	1,00*	1,50	1,00	0,00	1,5
Utestående antal aktier på balansdagen, '000	5 752	5 752	5 752	5 752	5 752

*Föreslagen utdelning

STÖRSTA AKTIEÄGARE PER DEN 31 DECEMBER 2016

Tio största aktieägare	Antal aktier	Antal röster/ kapital, %
M2 Capital Management AB	1 187 486	20,64
Kattvik Financial Services	1 063 933	18,50
A.T.V Holding Aktiebolag	664 471	11,55
New Moon Förvaltning AB	614 173	10,68
Försäkringsbolaget, Avanza Pension	160 999	2,80
AMF Aktiefond Småbolag	148 15	2,58
Swedbank Försäkring	143 744	2,50
Jan-Olof Olson	116 607	2,03
Placeringsfond Småbolagsfond, Norden	98 368	1,71
BPSS Lux/Fim/LU FD/CA TA/Ucits	80 000	1,39
Totalt 10 största aktieägare	4 277 931	74,38
Övriga	1 474 069	25,62
Totalt	5 752 000	100,00

ÄGARSTRUKTUR PER DEN 31 DECEMBER 2016

Antalet aktieägare i Odd Molly uppgick per den 31 december 2016 till 2 785 (2 568) enligt Euroclear Sweden AB. Odd Mollys tio största ägare innehade aktier motsvarande 74,4 procent (77,3) av såväl röster som kapital i bolaget. Utländskt ägande uppgick till cirka 9,06 procent (10,2) per den 31 december 2016.

Aktieägarstruktur	Antal aktie-ägare	Antal aktier	Innehav, %	Röster, %	Marknadsvärde, TSEK
1 – 500	2 462	257 943	4,48	4,48	11 840
501 – 1 000	142	117 464	2,04	2,04	5 392
1 001 – 5 000	126	294 172	5,11	5,11	13 502
5 001 – 10 000	23	158 789	2,76	2,76	7 288
10 001 – 15 000	8	96 031	1,67	1,67	4 408
15 001 – 20 000	2	34 438	0,60	0,60	1 581
20 001 –	22	4 793 163	83,33	83,33	220 006
Totalt	2 785	5 752 000	100,00	100,00	264 017



FÖRVALTNINGSBERÄTTELSE

Styrelsen och VD för Odd Molly International AB (publ), organisationsnummer 556627-6241, avger härmed årsredovisning och koncernredovisning för räkenskapsåret 1 januari – 31 december 2016.

Bolaget inregistrerades hos Bolagsverket den 27 juni 2002 och har sitt säte i Stockholm. Odd Mollys legala struktur består av moderbolaget Odd Molly International AB (publ) samt de helägda dotterbolagen Odd Molly Inc. registrerat i Delaware, USA, Odd Molly Denmark ApS, i Danmark, Odd Molly Norway AS, i Norge, Odd Molly Sverige AB, i Sverige och Odd Molly Finland Oy, i Finland. Den huvudsakliga verksamheten sker i Odd Molly International AB medan Odd Molly Inc. bedriver Odd Mollys verksamhet i USA från Los Angeles. Odd Molly Denmark ApS, Odd Molly Sverige AB, Odd Molly Norway AS och Odd Molly Finland Oy bedriver grossistverksamhet på sina respektive lokala marknader. Odd Molly Norway AS och Odd Molly Finland Oy driver även en butik i respektive land.

Odd Molly-aktien och ägarförhållanden

Odd Mollys initiala listning skedde på First North den 18 juni 2007 och den 21 juni 2010 genomfördes ett listbyte av Odd Molly-aktien till Nasdaq Stockholm.

Det totala antalet aktier i Odd Molly uppgår till 5 752 000 fördelat på ett aktieslag. Antalet aktieägare uppgick den 31 december 2016 till 2 785 varav cirka 97 procent var registrerade i Sverige. Aktieägare med ett ägande större än 10 procent omfattar M2 Capital Management AB, Kattvik Financial Services AB, ATV Holding AB och New Moon Förvaltning AB. Mer information finns under avsnittet Odd Mollys aktie på sid 28–29. Det finns inte några begränsningar i överlåtelsebarheten av aktier på grund av bestämmelser i lag eller bolagsordning.

Inom Odd Molly fanns vid årets slut två utestående incitamentsprogram baserat på teckningsoptioner i Odd Molly Sverige AB. Det ena optionsprogrammet fastställdes vid årsstämman 2014 och innebar att 100 000 teckningsoptioner tillkom helägda dotterbolaget Odd Molly Sverige AB för vidare överlåtelse till vissa ledande befattningshavare.

En extra bolagsstämma hölls den 24 februari 2016 där stämman beslutade, i enlighet med styrelsens förslag, om ett incitamentsprogram baserat på teckningsoptioner i Odd Molly Sverige AB. Optionsprogrammet innebar att 300 000 teckningsoptioner tillkom Odd Molly Sverige för vidare överlåtelse till VD och vVD.

Verksamheten

På de skandinaviska marknaderna säljer Odd Molly sina produkter till externa återförsäljare via egen säljkår. I merparten av övriga länder där bolaget är verksamt sker försäljningen via fristående agenter där Odd Molly tack vare agentens stora kunskap om sin lokala marknad, dess aktörer och specifika villkor, kan nå en relevant mix av återförsäljare, med rätt profil och varumärken, utan att stora kapitalinvesteringar krävs. Agenten får i sin tur exklusiv rätt att sälja Odd Mollys sortiment på en geografiskt avgränsad marknad. På vissa marknader representeras Odd Molly av en distributör och på tre marknader av en partner. Dessa partners driver på sina respektive marknader Odd Molly-butiker i egen regi. Bolaget driver också egen försäljning till konsument i form av fysiska butiker, webbshop, outlets och shop-in-shops – både i varumärkesstärkande syfte och för att driva försäljning.

Väsentliga händelser under räkenskapsåret och efter dess utgång

Under första kvartalet

– öppnade Odd Molly en butik i köpcentret Emporia, Malmö

Under andra kvartalet

- öppnade Odd Molly koncernens första egna butik i Norge, på Karl Johans gate i Oslo
- öppnades en Odd Molly-butik i Vail, USA, via en lokal partner
- tillträdde Johanna Palm som ny CFO

Under tredje kvartalet

- öppnades en Odd Molly-butik i Bratislava, Slovakien, via en lokal partner
- öppnade Odd Molly en pop-up-butik i A6 Center i Jönköping

Under fjärde kvartalet

- öppnades en Odd Molly-butik i Hansahuset i Malmö
- öppnades en Odd Molly-butik i varuhuset El Corte Inglés i Lissabon, Portugal
- öppnades en Odd Molly-butik i Aspen, USA, via en lokal partner

Försäljning och resultat 2016

Koncernen

Total nettoomsättning

Den totala nettoomsättningen för helåret uppgick till 423,2 MSEK (345,3), en ökning med 23 procent jämfört med samma period föregående år. Intäkterna från grossistverksamheten (försäljning till återförsäljare och partners) ökade med 8 procent till 228,0 MSEK (210,9). Bolagets detaljhandelsverksamhet (egen försäljning till konsument) ökade kraftigt med 45 procent till 195,1 MSEK (134,4). Tillväxten drevs främst av mycket god utveckling av bolagets webbshop samt etablering av nya butiker.

Under 2016 såldes Odd Mollys kläder i totalt 36 (33) länder. Odd Molly hade under året lokal representation i 23 länder genom egen säljkår, 9 självständiga agenter, en distributör samt två partners. Bolaget sålde således utan representation till 13 länder. Odd Mollys fem största marknader (Sverige, Tyskland, Finland, Schweiz och USA) svarade under 2016 för cirka 88 procent (88) av den totala försäljningen.

Resultat

Bruttovinstmarginalen för perioden var oförändrad jämfört med föregående år på 55,6 procent (55,6). Marginalen påverkades positivt av den ökade andelen försäljning från detaljhandelsverksamheten, medan högre andel rabatterad försäljning, starkt USD-kurs och större lagernedskrivningar hade negativ påverkan jämfört med föregående år.

Rörelseresultatet ökade kraftigt jämfört med föregående år och landade på 24,5 MSEK (12,5). Personalkostnader uppgick till 73,6 MSEK (59,1) och övriga externa kostnader uppgick till 128,2 MSEK (114,6) under perioden. Kostnadsökningen är främst kopplad till nyöppnade butiker och satsningar på bolagets webbshop. Odd Molly hade vid periodens slut 18 egna butiker, inklusive en pop-up-butik, att jämföra med 13 butiker vid motsvarande period året innan.

Resultat efter skatt uppgick till 17,7 MSEK (9,8) och resultat per aktie uppgick till 3,08 SEK (1,70).

Säsongsvariationer

Odd Mollys verksamhet är säsongsbetonad med försäljningsmässigt starka första och tredje kvartal, medan andra och fjärde kvartalen är säsongs-mässigt mindre. Detta innebär att bolagets verksamhet, försäljning och resultat bäst följs halvårsvis. I och med den ökande andelen av försäljning från detaljhandelsverksamheten kommer säsongsvariationerna successivt att minska.

Finansiell ställning

Koncernens balansomslutning var vid periodens slut 193,3 MSEK (149,9). Det egna kapitalet uppgick per den 31 december 2016 till 105,7 MSEK jämfört med 93,1 MSEK vid samma tidpunkt föregående år. Soliditeten uppgick vid periodens slut till 55 procent (62) och likvida medel uppgick till 25,1 MSEK (26,7). Nettoliquiditeten, efter utnyttjad checkkredit, uppgick till -1,8 MSEK (20,6).

Bolagets tillväxtfas med investeringar i flera nya egna butiker och det tillhörande ökade behovet av rörelsekapital, är de främsta orsakerna till den försämrade likviditeten under året. Kundfordringarna uppgick per den 31 december 2016 till 58,9 MSEK jämfört med 41,5 MSEK vid utgången av december månad föregående år. Varulagret uppgick vid slutet av december till 67,2 MSEK (56,1).

Investeringar och kassaflöde

Under helåret 2016 uppgick bolagets investeringar till totalt 22,1 MSEK (3,5). Kassaflödet från den löpande verksamheten uppgick till 6,4 MSEK (-9,3) och det totala kassaflödet uppgick till -23,6 MSEK (-18,4).

Medarbetare

Antalet medarbetare var vid periodens slut totalt 107 personer (81) varav 7 män och 100 kvinnor. Medelantalet anställda under året uppgick till 94 personer (78).

Moderbolaget

Moderbolaget omsatte under perioden 411,7 MSEK (338,7) och nådde ett rörelseresultat om 16,4 MSEK (9,5). Moderbolagets justerade egna kapital (78 procent av moderbolagets obesattade reserver + moderbolagets eget kapital) uppgick till 84,0 MSEK (80,0). Likvida medel uppgick till 20,5 MSEK (23,3). Nettoliquiditeten, efter utnyttjad checkkredit, uppgick till -6,4 MSEK (17,3).

Försäljningen i USA sker via det helägda dotterbolaget Odd Molly Inc. Odd Molly har även dotterbolag i Danmark, Norge, Finland och Sverige som driver verksamhet i respektive land. All övrig försäljning sker genom moderbolaget med undantag för de butiker som drivs av dotterbolagen i Norge och Finland.

Under perioden gjordes en nedskrivning av värdet av moderbolagets innehav av aktier i det finska dotterbolaget om 1,1 MSEK, baserat på den finska marknadens nuvarande förutsättningar.

Riktlinjer för ersättning till VD och övriga ledande befattningshavare

På årsstämman den 19 april 2016 fastställdes att ersättning till verkställande direktör och övriga personer i företagsledningen ska utgöras av fast lön, i förekommande fall rörlig lön, övriga förmåner samt pension. Den sammanlagda ersättningen ska vara marknadsmässig och konkurrenskraftig samt stå i relation till ansvar och befogenheter. Den i förekommande fall rörliga lönen ska utgå i form av kontant ersättning, baseras på utfallet i förhållande till definierade och mätbara mål, samt vara maximerad i förhållande till den mållön som fastställts. Den rörliga lönen ska aldrig kunna överstiga den fasta lönen. Den sammanlagda rörliga bruttolönen före skatt inklusive tillkommande sociala avgifter för samtliga medlemmar i ledningsgruppen kan under 2016 uppgå till maximalt 20 procent av årets redovisade resultat före skatt beroende på målpuppfyllelse. För det fall antalet ledande befattningshavare ökar, kan inte den rörliga ersättningen komma att överstiga detta maximala belopp. Vid uppsägning av anställningsavtal från bolagets sida

ska uppsägningstiden inte vara längre än tolv månader. Avgångsvederlag bör inte förekomma. Pensionsförmåner ska vara antingen förmåns- eller avgiftsbestämda, eller en kombination därav och ge företagsledningen rätt att erhålla pension från 65 års ålder. Inför årsstämman som hålls den 11 maj 2017 föreslår styrelsen att oförändrade principer för ersättning till VD och ledande befattningshavare ska gälla under 2017.

Miljö och socialt ansvar

Odd Molly värnar om sina medmänniskor och miljön samt hur dessa kan påverkas av bolagets verksamhet. Odd Molly har ingen egen tillverkning utan producerar sina kollektioner hos noga utvalda leverantörer. Odd Molly är engagerade i Sweden Textile Water Initiative, ett samarbetsprojekt tillsammans med ett trettiotal företag inom den svenska textilindustrin. Syftet med samarbetet är att arbeta för att förstå och förbättra vattenpåverkan från textil- och läderproduktion. Sedan 2009 är Odd Molly medlem i Fair Wear Foundation som är en oberoende organisation vars mål är att förbättra arbetsvillkoren inom textilindustrin. Som medlemsföretag åtar sig Odd Molly att följa Fair Wear Foundations Code of Labour Practices samt att göra oberoende inspektioner av bolagets tillverkare. Läs mer om Odd Mollys ansvarsarbete på sid 20–24.

Risker

Odd Molly är utsatt för ett antal risker såväl vad gäller den egna verksamheten som branschen i stort. Riskerna kan delas upp i verksamhetsrelaterade risker samt finansiella och övriga risker.

Verksamhets- och branschrelaterade risker

Marknadsrisker

Konkurrens

RISK ► Odd Molly är verksam i den starkt konkurrensutsatta modebranschen, där flera av konkurrenterna är mycket stora och kapitalstarka, vilket ger dem goda möjligheter att anpassa verksamheten till förändringar i kundefterfrågan, avsätta väsentliga resurser till marknadsföring och design av sina produkter samt uppnå större varumärkeskännedom. Ökad och fortsatt konkurrens kan leda till prispress och minskade marknadsandelar.

HANTERING ► Som ett tydligt varumärkesföretag har Odd Molly hittills hävdats sig väl i konkurrensen men det finns inga garantier för att bolaget även fortsättningsvis kommer att kunna hävda sig väl mot såväl nuvarande som framtida konkurrenter. Odd Molly har ett tydligt stillkoncept som innebär en långsiktighet i utformning av kollektioner och kundrelationer.

Leverantörs- och arbetsrättsrisker

RISK ► Odd Molly har ingen egen produktion utan är helt beroende av sina leverantörer för tillhandahållandet av varor. Att varorna levereras i tid är av största vikt för Odd Molly. Förlust av en eller flera leverantörer samt försenade eller uteblivna leveranser skulle kunna inverka negativt på bolagets verksamhet, resultat och finansiella ställning.

HANTERING ► Bolaget använder sig av ett flertal olika leverantörer i flera olika länder och är därför inte beroende av någon enskild leverantör för sin verksamhet.

RISK ► Vissa av Odd Mollys produkter produceras i utvecklingsländer. Villkor och regler avseende miljö- och arbetsförhållanden skiljer sig i flera avseenden från förhållanden i de länder där produkterna säljs. Företag med produktion i utvecklingsländer kan bli utsatta för kritik avseende exempelvis arbetsförhållanden, produkternas kvalitet och produkternas miljöpåverkan. En negativ exponering i sådana frågor medför minskat förtroende för företagets varumärke och kan leda till minskad efterfrågan av företagets produkter.

HANTERING ► Odd Molly är sedan 2009 medlem i Fair Wear Foundation som arbetar för att förbättra villkoren för anställda på fabriker där produktionen av Odd Mollys produkter sker. Odd Molly besöker regelbundet leverantörerna för att i möjligaste mån säkerställa att dessa agerar i enlighet med villkoren i Fair Wear Foundations uppförandekod. Odd Molly kan emellertid inte kontrollera leverantörernas samtliga handlingar och det kan därför, trots vidtagna åtgärder, inte uteslutas att efterfrågan på Odd Mollys produkter skulle kunna påverkas, eller att Odd Mollys varumärke skulle kunna skadas, på grund av överträdelser av uppförandekoden eller gällande regleringar.

Importkvoter

RISK ► Odd Molly köper en del av sitt sortiment från länder utanför EU. Som ett led i att förstärka vissa branscher inom Europa har EU i vissa fall infört importrestriktioner på varor, till exempel kläder, vilket kan påverka inköpskostnaderna.

HANTERING ► Eftersom Odd Mollys sortiment håller hög kvalitet och därmed även högre pris blir eventuell påverkan förhållandevis begränsad jämfört med aktörer inom lågprissegmenten. Det kan trots det inte uteslutas att eventuella framtida handelsrestriktioner, däribland höjda tulltariffer, skyddsåtgärder eller kvoter för kläder innebär att bolaget får ändrade inköpsrutiner och ökade inköpskostnader.

Konjunktur

RISK ► Konjunkturpåverkan kan innebära att efterfrågan på Odd Mollys produkter minskar eller ökar.

HANTERING ► Odd Molly har under de senare åren strävat efter att skapa en mer balanserad sortimentsmix med en högre andel varor i den nedre delen av prispyramiden. Odd Mollys har en prispöposition som bolaget definierar som "within reach".

Affärsrisker

Expansion genom återförsäljning

RISK ► Odd Mollys framtida tillväxt är bland annat beroende av de befintliga återförsäljarnas förmåga att öka försäljningen av Odd Mollys produkter samt av att fler återförsäljare börjar sälja Odd Mollys produkter.

HANTERING ► Odd Mollys försäljning till externa återförsäljare sker på flertalet marknader genom agenter och distributörer som ansvarar för bearbetningen på respektive marknad. Kontrakten upprättas till marknadsmässiga villkor med tydliga krav. Odd Molly har de senare åren övertagit försäljningsansvaret för Skandinavien och bearbetningen av vissa nyckelmarknader, vilket ger ökad kontroll och möjlighet att själv driva på försäljningen på dessa marknader.

Etableringsrisk nya butiker

RISK ► Odd Mollys tillväxtstrategi innebär fortsatt butiksetablering i egen regi. Det finns ingen garanti att butiker i egen regi kommer att generera tillräcklig avkastning för att täcka den initiala investeringen. Vidare kan tillgången till attraktiva butikslokaler till kommersiellt godtagbara villkor, komma att påverka expansionen inom egna detaljhandeln.

HANTERING ► Odd Molly har en flexibel affärsmodell som bygger på ett omni-kanalerbjudande samt försäljning både genom egen retail (i fysiska butiker, shop-in-shops, outlets och webbshop) och wholesale. Det ger en god riskspridning och möjlighet att driva försäljning på flera sätt. Vidare har Odd Molly ett tydligt butikskoncept som är lätt att anpassa till olika lokaler och förutsättningar.

Förändrade konsumtionsmönster

RISK ► En ökande digitalisering och e-handel kan påverka försäljningsutvecklingen för bolagets fysiska butiker och återförsäljare negativt.

HANTERING ► Odd Molly har ett omni-kanalerbjudande där den egna webshopen sedan start haft en god och lönsam tillväxt. Bedömningen är att de olika kanalerna bidrar till korsvis försäljning.

Förändrad efterfrågan

RISK ► Odd Molly är i hög utsträckning beroende av kundernas preferenser för design, kvalitet och pris. En missbedömning av kundernas preferenser kan medföra att efterfrågan på Odd Mollys produkter sjunker vilket i sin tur kan få betydande negativ inverkan på bolagets verksamhet, resultat och finansiella ställning.

HANTERING ► Odd Molly har ett omni-kanalerbjudande samt försäljning i såväl retail- som wholesale-ledet vilket ger god flexibilitet i att driva försäljning. Vidare har Odd Molly ett tydligt kundfokus och med en ökad andel egen försäljning till konsument och därmed en större närhet till kund.

Skydd för immateriella rättigheter

RISK ► Odd Mollys varumärken är av fundamental betydelse för bolagets ställning och framgång. Kopiering av Odd Mollys varumärken eller distribution och försäljning av Odd Mollys produkter utan bolagets tillstånd skadar Odd Mollys varumärke, kundernas förtroendekapital för Odd Mollys produkter och därmed lönsamheten för bolaget. Om Odd Mollys varumärken skadas kan detta leda till att bolagets verksamhet, resultat och finansiella ställning påverkas negativt. Det kan heller inte uteslutas att designers, butiker och andra aktörer hävdar att Odd Mollys produkter gör intrång i deras immateriella rättigheter.

HANTERING ► Odd Molly skyddar aktivt sina varumärken och arbetar kontinuerligt med kontroll och uppföljning av bolagets varumärkesskydd. Dock finns det ingen garanti för att de åtgärder som vidtas av Odd Molly vad avser immateriella rättigheter är tillräckliga. Det finns inga garantier för att anspråk inte kommer att riktas gentemot bolaget i framtiden. Om bolaget inte kan försvara sig mot skadeståndsanspråk kan det skada bolagets anseende och väsentligen inverka negativt på bolagets verksamhet, resultat och finansiella ställning.

Finansiella och övriga risker

RISK ► Odd Molly är utsatt för ett antal finansiella och övriga risker.

HANTERING ► För beskrivning av koncernens hantering av de finansiella och övriga riskerna se Not 27 Finansiell och övrig riskhantering.

Bolagsstyrning

Styrningen av Odd Molly sker via årsstämma, styrelse och verkställande direktören i enlighet med aktiebolagslagen samt företagets bolagsordning. Bolaget följer Svensk kod för bolagsstyrning. Mer information om bolagets styrning finns i Bolagsstyrningsrapporten på sid 64–67.

Framtidsutsikter

Det förändringsarbete som pågått sedan 2012 fortsatte att bära frukt under 2016. Skapandet av en ny sortimentsstrategi, ny distributionsstrategi och en organisation anpassad för detta har genererat resultat. Tillväxtmålet om 20 procent överträffades och rörelseresultatet närapå fördubblades från 12,5 MSEK till 24,5 MSEK.

Den valda vägen, att med ett starkt livsstilskoncept skapa tillväxt genom både egen detaljhandel och externa återförsäljare, ger kontroll, flexibilitet och utrymme för kreativitet – och skapar förutsättningar för att generera fortsatt långsiktig och lönsam tillväxt.

Förslag till vinstdisposition

Styrelsen avser att årligen pröva om det finns möjlighet att lämna utdelning. Styrelsens mål är att årligen föreslå att bolagsstämman beslutar om utdelning motsvarande minst 40 procent av bolagets vinst till aktieägarna. Styrelsen kommer innan ett sådant förslag lämnas överväga om det finns möjlighet att lämna utdelning i denna storleksordning. I övervägandet kommer styrelsen att beakta flera faktorer, bland annat bolagets verksamhet, rörelseresultat och finansiella ställning, aktuellt och förväntat likviditetsbehov, expensionsplaner och andra väsentliga faktorer. Bolaget är i en expensions- och tillväxtfas vilket innebär ett fortsatt investeringsbehov. Med beaktande av detta föreslår styrelsen i Odd Molly årsstämman att en utdelning om 1,00 SEK (1,50) per aktie lämnas för räkenskapsåret 2016.

Förslag till disposition beträffande bolagets vinst

Till årsstämmans förfogande står följande vinstmedel (TSEK):

Överkursfond	26 635
Fond för verkligt värde	816
Balanserad vinst	25 851
Årets vinst	16 089
Summa	69 391

Styrelsen föreslår att vinstmedlen disponeras så att:

Till aktieägare utdelas	
5 752 000 aktier x 1,00 SEK per aktie	5 752
Balanseras i ny räkning	63 639
Summa	69 391

FINANSIELL INFORMATION I SAMMANDRAG – KONCERNEN

Belopp i TSEK	2016	2015	2014	2013	2012
Resultat					
Total nettoomsättning	423 165	345 259	294 953	228 662	224 153
Rörelseresultat, EBIT	24 518	12 451	5 516	-24 098	220
Årets resultat	17 721	9 807	4 095	-19 428	2 993
Marginaler					
Bruttovinstmarginal, %	55,6	55,6	54,1	54,5	53,6
Rörelsemarginal, EBIT, %	5,8	3,6	1,9	-10,5	0,1
Vinstmarginal, %	5,7	3,7	1,9	-10,3	0,7
Avkastningsmått					
Avkastning på sysselsatt kapital, %	21,6	13,6	6,6	-24,4	1,3
Avkastning på eget kapital, %	17,8	10,7	4,7	-20,1	2,4
Finansiell ställning					
Balansomslutning	193 389	149 912	138 404	128 286	141 268
Eget kapital	105 725	93 116	89 854	82 998	110 531
Soliditet, %	54,7	62,1	64,9	64,7	78,2
Per aktie*					
Eget kapital per aktie, SEK	18,38	16,19	15,62	14,43	19,22
Resultat per aktie, SEK	3,08	1,70	0,71	-3,38	0,52
Utdelning per aktie, SEK	1,00**	1,50	1,00	0,00	1,5
Anställda					
Genomsnittligt antal anställda	94	78	65	56	54
Total nettoomsättning per anställd, SEK	4 502	4 426	4 571	4 079	4 119

*) Baserat på vägt genomsnitt före utspädning.

**) Avser föreslagen utdelning 2017.

För ytterligare beskrivning och definition av de alternativa nyckeltalen, se Definitioner sid 75 och Bokslutskommunikén 2016 sid 8.

KONCERNENS TOTALRESULTAT

Belopp i TSEK	Not	2016	2015
Rörelsens intäkter			
Nettoomsättning	1	422 552	344 954
Övriga rörelseintäkter	2	613	306
Total nettoomsättning		423 165	345 259
Rörelsens kostnader			
Handelsvaror		-187 644	-153 202
Övriga externa kostnader	3,4	-128 156	-113 523
Personalkostnader	5	-73 649	-60 213
Avskrivningar av materiella och immateriella anläggningstillgångar	6	-8 957	-4 638
Övriga rörelsekostnader	7	-240	-1 232
Rörelseresultat		24 518	12 451
Resultat från finansiella poster			
Ränteintäkter och liknande resultatposter	8	486	415
Räntekostnader och liknande resultatposter	9	-815	-105
Resultat efter finansiella poster		24 189	12 762
Skatt på årets resultat	10	-6 469	-2 955
Årets resultat hänförligt till moderbolagets aktieägare		17 721	9 807
Övrigt totalresultat			
<i>Poster som kommer att omklassificeras till resultatet</i>			
Omräkningsdifferens		1 481	731
Derivat omklassificerat till rörelseresultat		1 524	-1 844
Förändring verkligt värde derivat		584	-110
Skatteeffekt förändring verkligt värde derivat		-464	430
Övrigt totalresultat		3 125	-793
Årets totalresultat hänförligt till moderbolagets aktieägare		20 846	9 014
Resultat per aktie			
Resultat per aktie före utspädning (SEK)	11	3,08	1,70
Resultat per aktie efter utspädning (SEK)	11	3,08	1,70
Föreslagen utdelning per aktie (SEK)		1,00	1,50
Antal aktier vid årets slut		5 752 000	5 752 000
Genomsnittligt antal aktier före utspädning		5 752 000	5 752 000
Genomsnittligt antal aktier efter utspädning		5 752 000	5 752 000

BALANSRÄKNINGAR – KONCERNEN

Belopp i TSEK	Not	31 dec 2016	31 dec 2015
TILLGÅNGAR			
Anläggningstillgångar			
<i>Immateriella anläggningstillgångar</i>			
Rättigheter och övriga immateriella anläggningstillgångar	1, 12	7 905	8 952
		7 905	8 952
<i>Materiella anläggningstillgångar</i>			
Inventarier, verktyg och installationer	1, 13	17 769	3 902
		17 769	3 902
<i>Finansiella anläggningstillgångar</i>			
Övriga finansiella anläggningstillgångar	14	1 129	1 153
		1 129	1 153
Summa anläggningstillgångar		26 803	14 008
Omsättningstillgångar			
<i>Varulager m.m.</i>			
Färdiga varor och handelsvaror	17	67 180	56 077
Förskott till leverantörer		4 662	5 263
		71 842	61 340
<i>Kortfristiga fordringar</i>			
Kundfordringar	18	58 912	41 498
Derivatinstrument	19	787	327
Övriga fordringar		541	934
Förutbetalda kostnader och upplupna intäkter	20	9 382	5 111
		69 623	47 871
Kassa och bank		25 121	26 693
Summa omsättningstillgångar		166 586	135 904
SUMMA TILLGÅNGAR		193 389	149 912

Belopp i TSEK	Not	31 dec 2016	31 dec 2015
EGET KAPITAL OCH SKULDER			
Eget kapital			
Aktiekapital (5 752 000 aktier)		575	575
Övrigt tillskjutet kapital		27 025	26 635
Reserver		4 228	1 103
Balanserade vinstmedel		73 896	64 803
Summa eget kapital		105 725	93 116
Långfristiga skulder och avsättningar			
Avsättningar för uppskjuten skatt	22	4 376	5 037
		4 376	5 037
Kortfristiga skulder			
Checkräkningskredit		26 920	6 094
Förskott från kunder		1 110	821
Leverantörsskulder		28 270	20 421
Derivatinstrument	19	325	1 389
Aktuella skatteskulder		4 758	234
Övriga skulder		5 933	5 955
Upplupna kostnader och förutbetalda intäkter	23	15 973	16 844
		83 289	51 759
SUMMA EGET KAPITAL OCH SKULDER		193 389	149 912

KASSAFLÖDESANALYSER – KONCERNEN

Belopp i TSEK	2016	2015	Belopp i TSEK	2016	2015
Den löpande verksamheten			Investeringsverksamheten		
Rörelseresultat	24 518	12 451	Förvärv av immateriella anläggningstillgångar	-2 129	-750
<i>Justeringar för poster som inte ingår i kassaflödet:</i>			Förvärv av materiella anläggningstillgångar	-19 863	-2 661
Avskrivningar och nedskrivningar	9 207	4 638	Förvärv av finansiella tillgångar	-42	-103
Omvärdering av derivat	584	-110	Kassaflöde från investeringsverksamheten	-22 034	-3 514
Kursvinster	832	597			
Erhållen ränta	486	415	Finansieringsverksamheten		
Erlagd ränta	-815	-105	Utbetald utdelning	-8 628	-5 752
Betald skatt	-3 133	-3 352	Premier teckningsoptioner	390	-
Kassaflöde från den löpande verksamheten före förändringar av rörelsekapital	31 680	14 535	Kassaflöde från finansieringsverksamheten	-8 238	-5 752
Kassaflöde från förändringar i rörelsekapital			Årets kassaflöde	-23 635	-18 442
Ökning(-)/Minskning(+) av varulager	-10 829	-16 054	Likvida medel vid årets början	26 693	39 015
Ökning(-)/Minskning(+) av rörelsefordringar	-20 035	-11 666	Utnyttjad checkkredit vid periodens början	6 094	-
Ökning(+)/Minskning(-) av rörelseskulder	5 822	4 009	Likvida medel vid periodens början (netto)	20 599	39 015
Kassaflöde från den löpande verksamheten	6 637	-9 176	Kursdifferens i likvida medel	1 237	26
			Förändring utnyttjad checkkredit	20 826	6 094
			Likvida medel vid periodens slut	25 121	26 694
			Utnyttjad checkkredit vid periodens slut	-26 920	-6 094
			Likvida medel vid årets slut (netto)	-1 799	20 599

FÖRÄNDRING I KONCERNENS EGET KAPITAL

Belopp i TSEK	Aktiekapital	Övrigt tillskjutet kapital	Omräknings-differenser	Verkligt värde reserv	Balanserade vinstmedel	Summa eget kapital
Eget kapital 1 januari 2015	575	26 635	1 200	696	60 748	89 854
Utdelning	-	-	-	-	-5 752	-5 752
Tillskjutet kapital teckningsoptioner	-	218	-	-	-	0
Årets resultat	-	-	-	-	9 807	9 807
Övrigt totalresultat	-	-	731	-1 524	-	-793
Eget kapital 31 december 2015	575	26 635	1 931	-828	64 803	93 116
Eget kapital 1 januari 2016	575	26 635	1 931	-828	64 803	93 116
Utdelning	-	-	-	-	-8 628	-8 628
Tillskjutet kapital teckningsoptioner	-	390	-	-	-	390
Årets resultat	-	-	-	-	17 721	17 721
Övrigt totalresultat	-	-	1 481	1 645	-	3 125
Eget kapital 31 december 2016	575	27 025	3 412	817	73 896	105 725

Odd Mollys aktiekapital uppgick vid årets slut till 575 200 kronor fördelat på 5 752 000 aktier med ett kvotvärde på 0,1 kronor. Varje aktie har en röst och lika del i bolagets tillgångar och resultat. Odd Mollys verksamhet är i sin helhet finansierat med eget kapital. Allt eget kapital är hänförligt till moderbolagets aktieägare.

RESULTATRÄKNINGAR – MODERBOLAGET

Belopp i TSEK	Not	2016	2015
Rörelsens intäkter			
Nettoomsättning	1	410 545	338 308
Övriga rörelseintäkter	2	1 148	409
Total nettoomsättning		411 693	338 717
Rörelsens kostnader			
Handelsvaror		-179 347	-149 258
Övriga externa kostnader	3,4	-145 619	-122 026
Personalkostnader	5	-65 179	-54 612
Avskrivningar av materiella och immateriella anläggningstillgångar	6	-4 543	-1 879
Övriga rörelsekostnader	7	-570	-1 440
Rörelseresultat		16 436	9 502
Resultat från finansiella poster			
Ränteintäkter och liknande resultatposter	8	483	415
Räntekostnader och liknande resultatposter	9	-792	-94
Nedskrivning av aktier i dotterbolag	14	-1 123	-
Resultat efter finansiella poster		15 004	9 823
Bokslutsdispositioner			
Förändring periodiseringsfond		6 600	-1 200
Resultat före skatt		21 604	8 623
Skatt på årets resultat	10	-5 515	-847
Årets resultat		16 089	7 776
MODERBOLAGETS TOTALRESULTAT			
Övrigt totalresultat			
<i>Poster som kommer att omklassificeras till resultatet</i>			
Derivat omklassificerat till rörelseresultat		1 524	-1 844
Förändring verkligt värde derivat		584	-110
Skatteeffekt förändring verkligt värde derivat		-464	430
Övrigt totalresultat		1 645	-1 524
TOTALRESULTAT FÖR PERIODEN		17 733	6 252

BALANSRÄKNINGAR – MODERBOLAGET

Belopp i TSEK	Not	31 dec 2016	31 dec 2015
TILLGÅNGAR			
Anläggningstillgångar			
<i>Immateriella anläggningstillgångar</i>			
Övriga immateriella anläggningstillgångar	12	1 049	769
		524	769
<i>Materiella anläggningstillgångar</i>			
Inventarier, verktyg och installationer	13	11 108	3 816
		11 108	3 816
<i>Finansiella anläggningstillgångar</i>			
Andelar i koncernbolag	15	15 531	14 122
Övriga finansiella anläggningstillgångar	14	1 087	1 153
Fordringar hos koncernbolag	16	7 817	3 513
Uppskjuten skattefordran	22	–	234
		24 435	19 023
Summa anläggningstillgångar		36 593	23 608
Omsättningstillgångar			
<i>Varulager m.m.</i>			
Färdiga varor och handelsvaror	17	63 258	53 028
Förskott till leverantörer		3 914	4 587
		67 172	57 615
<i>Kortfristiga fordringar</i>			
Kundfordringar	18	54 224	43 183
Derivatinstrument	19	787	327
Fordringar hos koncernbolag	16	6 631	1 471
Skattefordringar		–	1 047
Övriga fordringar		473	834
Förutbetalda kostnader och upplupna intäkter	20	6 825	4 602
		68 941	51 466
Kassa och bank		20 484	23 346
Summa omsättningstillgångar		156 597	132 427
SUMMA TILLGÅNGAR		193 190	156 035

Belopp i TSEK	Not	31 dec 2016	31 dec 2015
EGET KAPITAL OCH SKULDER			
Eget kapital			
<i>Bundet eget kapital</i>			
Aktiekapital (5 752 000 aktier)		575	575
Reservfond		1 628	1 628
		2 203	2 203
<i>Fritt eget kapital</i>			
Överkursfond		26 635	26 635
Fond för verkligt värde		817	–828
Balanserad vinst		25 851	26 703
Årets resultat		16 089	7 776
		69 391	60 286
		71 595	62 489
Obeskattade reserver			
Periodiseringsfonder	21	15 900	22 500
		15 900	22 500
Långfristiga skulder och avsättningar			
Avsättningar för uppskjuten skatt	22	102	0
		102	0
Kortfristiga skulder			
Checkräkningskredit		26 920	6 094
Förskott från kunder		1 063	784
Leverantörsskulder		25 119	23 512
Skulder till koncernföretag		29 403	21 514
Derivatinstrument	19	325	1 389
Aktuella skatteskulder		4 067	–
Övriga skulder		4 507	5 464
Upplupna kostnader och förutbetalda intäkter	23	14 191	12 288
		105 594	71 045
SUMMA EGET KAPITAL OCH SKULDER		193 190	156 035

KASSAFLÖDESANALYSER – MODERBOLAGET

Belopp i TSEK	2016	2015	Belopp i TSEK	2016	2015
Den löpande verksamheten			Investeringsverksamheten		
Rörelseresultat	16 436	9 502	Förvärv av immateriella anläggningstillgångar	-598	-750
<i>Justeringar för poster som inte ingår i kassaflödet:</i>			Förvärv av materiella anläggningstillgångar	-11 768	-2 574
Avskrivningar och nedskrivningar	5 916	1 879	Förvärv av finansiella anläggningstillgångar	-2 532	-127
Omvärdering av derivat	584	-110	Kassaflöde från investeringsverksamheten	-14 897	-3 451
Kursvinster/kursförluster	-332	34			
Erhållen ränta	483	415	Finansieringsverksamheten		
Erlagd ränta	-1 915	-94	Utbetald utdelning	-8 628	-5 752
Betald skatt	-5 520	559	Avsättningar för uppskjuten skatt	-129	-
Kassaflöde från den löpande verksamheten före förändringar av rörelsekapital	15 652	12 186	Ökning(-)/Minskning(+) av fordran koncernbolag	-4 304	155
			Kassaflöde från finansieringsverksamheten	-13 061	-5 597
Kassaflöde från förändringar i rörelsekapital					
Ökning(-)/Minskning(+) av varulager	-9 557	-16 109	Årets kassaflöde	-23 508	-18 542
Ökning(-)/Minskning(+) av rörelsefordringar	-18 781	-13 362	Likvida medel vid årets början	23 346	35 973
Ökning(+)/Minskning(-) av rörelseskulder	17 136	7 792	Utnyttjad checkkredit vid periodens början	-6 094	-
Kassaflöde från den löpande verksamheten	4 449	-9 494	Likvida medel vid periodens början (netto)	17 251	35 973
			Kursdifferens i likvida medel	-179	-179
			Förändring utnyttjad checkkredit	20 826	6 094
			Likvida medel vid periodens slut	20 484	23 346
			Utnyttjad checkkredit vid periodens slut	-26 920	-6 094
			Likvida medel vid årets slut (netto)	-6 436	17 251

FÖRÄNDRING I MODERBOLAGETS EGET KAPITAL

	Aktiekapital	Reservfond	Fond för verkligt värde	Fritt eget kapital	Summa eget kapital
Eget kapital 1 januari 2015	575	1 628	696	59 090	61 989
Utdelning	-	-	-	-5 752	-5 752
Tillskjutet kapital teckningsoptioner	-	-	-	-	0
Årets resultat	-	-	-	7 776	7 776
Övrigt totalresultat	-	-	-1 524	-	-1 524
Eget kapital 31 december 2015	575	1 628	-828	61 114	62 489
Eget kapital 1 januari 2016	575	1 628	-828	61 114	62 489
Utdelning	-	-	-	-8 628	-8 628
Tillskjutet kapital teckningsoptioner	-	-	-	-	0
Årets resultat	-	-	-	16 089	16 089
Övrigt totalresultat	-	-	1 645	-	1 645
Eget kapital 31 december 2016	575	1 628	817	68 575	71 595

REDOVISNINGSPRINCIPER OCH NOTER

Redogörelse för viktiga redovisningsprinciper

Koncernredovisningen och årsredovisningen för Odd Molly International AB för det räkenskapsår som slutar den 31 december 2016 har den 27 mars 2017 godkänts av styrelsen och verkställande direktören för publicering den 28 mars och kommer att föreläggas årsstämman 2017 för fastställande. Moderbolaget är ett svenskt aktiebolag (publ) med säte i Stockholm, Sverige.

Grunder för upprättandet av redovisningen

Odd Mollys koncernredovisning baseras på historiska anskaffningsvärden, med undantag för finansiella derivatinstrument. Dessa tillgångar och skulder redovisas till verkligt värde.

Uttalande om överensstämmelse med tilläpade regelverk

Koncernredovisningen är upprättad i enlighet med International Financial Reporting Standards (IFRS) utgivna av International Accounting Standards Board (IASB) samt tolkningsuttalanden från IFRS Interpretations Committee (IFRIC) så som de har godkänts av EG-kommissionen för tillämpning inom EU. Vidare har Rådet för finansiell rapporterings rekommendation RFR 1 Kompletterande redovisningsregler för koncerner tillämpats.

Tilläpade och ändrade redovisningsprinciper

Tilläpade redovisningsprinciper överensstämmer med de som tillämpades i årsredovisningen 2015. Ändringar av IFRS med tillämpning från och med 2016 har inte haft någon väsentlig effekt på koncernens redovisning.

Nya IFRS och tolkningar som ännu inte börjat tillämpas

Ett antal nya eller ändrade standarder och tolkningsuttalanden träder ikraft först under kommande räkenskapsår eller senare och har inte förtidstillämpats vid upprättandet av dessa finansiella rapporter. Nyheter eller ändringar som blir tillämpliga från och med räkenskapsår efter 2016 planeras inte att förtidstillämpas.

IFRS 9 Financial Instruments. Den träder i kraft 1 januari 2018 och är antagen av EU. Standarden anger att finansiella tillgångar ska klassificeras i tre olika värderingskategorier. Standarden innebär för koncernen utökade upplysningar om riskhantering och effekten av säkringsredovisning.

IFRS 14 Regulatory Deferral Accounts. Den träder i kraft 1 januari 2016 och är ännu inte godkänd av EU. Standarden specificerar kraven på redovisning av rate-regulated activities

IFRS 15 Revenue from Contracts with Customers. Den träder i kraft 1 januari 2018 och är antagen av EU. Standarden innehåller en samlad modell för intäktsredovisning avseende kundkontrakt och bedöms inte påverka koncernens redovisning.

IFRS 16 Leases. Den träder i kraft 1 januari 2019 och är ännu ej godkänd av EU. Enligt den nya standarden ska de flesta leasade tillgångar redovisas i balansräkningen.

IFRS 10 Koncernredovisning och IAS 28 Innehav i intresseföretag och joint ventures. Den trädde i kraft 1 januari 2016 och är godkänd av EU. Standarden klargör hur ett moderföretag ska redovisa en transaktion där kontrollen över ett dotterbolag gått förlorad.

IFRS 11 Samarbetsarrangemang. Den trädde i kraft 1 januari 2016 och är godkänd av EU. Standarden anger bland annat att ett tidigare ägarintresse i en gemensam verksamhet inte ska omvärderas om ytterligare intressen förvärfvas så länge gemensamt bestämmande inflytande består.

IAS 16 Materiella anläggningstillgångar och IAS 38 Immateriella tillgångar. De trädde i kraft 1 januari 2016 och är godkända av EU. Standarden förbjuder intäktsbaserade avskrivningar av materiella anläggningstillgångar.

IAS 27 Separata finansiella rapporter. Den trädde i kraft 1 januari 2016 och är godkänd av EU. Standarden ger möjlighet för en juridisk person att redovisa investeringar i dotterföretag m.m. med tillämpning av kapitalandelsmetoden.

Koncernen har inte utvärderat effekterna på de finansiella rapporterna av tillämpningen av ovanstående nya och ändrade standarder och tolkningsuttalanden.

Koncernredovisning

Grunder för konsolidering

Koncernredovisningen omfattar Moderbolaget och dess dotterbolag. De finansiella rapporterna för Moderbolaget och dotterbolagen som tas in koncernredovisningen avser samma period och är upprättade enligt de redovisningsprinciper som gäller för koncernen.

Alla koncerninterna fordringar och skulder, intäkter och kostnader, vinster eller förluster som uppkommer i transaktioner mellan företag som omfattas av koncernredovisningen elimineras i sin helhet.

Ett dotterbolag tas med i koncernredovisningen från förvärvstidpunkten, vilken är den dag då moderbolaget får det bestämmande inflytandet, och ingår i koncernredovisningen fram till den dag det bestämmande inflytande upphör. Normalt erhålls det bestämmande inflytandet över ett dotterbolag genom innehav av mer än 50 procent av röstberättigande aktier men kan även erhållas på annat sätt t.ex. genom avtal.

Dotterbolag som förvärfvats redovisas i koncernredovisningen enligt förvärvsmetoden. Detta gäller även direkt förvärfvade rörelser. Förvärvsmetoden innebär bland annat att anskaffningsvärdet för aktierna, eller för den direkt förvärfvade rörelsen, fördelas på förvärfvade tillgångar, övertagna åtaganden och skulder vid förvärvstidpunkten på basis av dessas verkliga värden vid denna tidpunkt. Om anskaffningsvärdet överstiger verkligt värde på det förvärfvade bolagets nettotillgångar utgör skillnaden goodwill. Om anskaffningsvärdet understiger verkligt värde på det förvärfvade bolagets nettotillgångar redovisas skillnaden direkt i resultaträkningen.

Omräkning av utländska verksamheter

En utländsk verksamhet är en verksamhet som bedrivs i en ekonomisk miljö som har en annan valuta (den funktionella valutan) än koncernens rapportvaluta, som är SEK. Tillgångar, inklusive goodwill och andra övervärden, och skulder i sådana verksamheter omräknas till rapportvalutan till balansdagens kurs. Den utländska verksamhetens resultaträkning omräknas med ett vägt genomsnitt av årets valutakurser. De valutakursdifferenser som uppstår vid omräkningen redovisas i totalresultatet. Vid avyttring av en utländsk självständig verksamhet redovisas de ackumulerade kursdifferenserna i resultaträkningen tillsammans med vinsten eller förlusten vid avyttringen.

Omräkning av fordringar och skulder i utländsk valuta

Transaktioner i utländsk valuta värderas till den kurs som gäller på transaktionsdagen. På balansdagen omräknas monetära fordringar och skulder som är uttryckta i utländska valutor till den kurs som då gäller. Alla kursdifferenser påförs resultaträkningen med undantag för kursdifferenser på lån i utländsk valuta som tagits för att skydda nettoinvesteringar i utländska verksamheter. Kursdifferenser på sådana lån redovisas i totalresultatet under rubriken omräkningsdifferenser vilka omförs till resultaträkningen i samband med en eventuell framtida avyttring av den utländska verksamheten.

Intäkter

Intäkter redovisas till verkligt värde av erhållen ersättning eller den ersättning som kommer att erhållas för sålda varor och tjänster inom koncernens ordinarie verksamhet. Intäkten redovisas då leverans har skett till kunden enligt gällande försäljningsvillkor. Intäkter redovisas exklusive mervärdesskatt och netto efter returer och rabatter

Rörelsesegment

Bolaget redovisar intäkter och rörelseresultat för två segment; grossistverksamhet och detaljhandelsverksamhet. Segmentet grossistverksamhet omfattar försäljning till Odd Mollys återförsäljare via agent, distributör eller egen säljkår. Butiker och shop-in-shops som drivs av återförsäljare inkluderas i segmentet grossistverksamhet. Segmentet detaljhandelsverksamhet avser försäljning till konsument i egna kanaler; fysiska butiker, outlets, shop-in-shops och webbshop där Odd Molly har egen personal. Rörelseresultatet för respektive segment belastas av för segmentet direkta kostnader. De koncerngemensamma kostnaderna för fjärde kvartalet och helåret 2016, är fördelade per segment efter en nyckel baserad på respektive segments andel av total varukostnad under helåret 2016. De koncerngemensamma kostnaderna för fjärde kvartalet och helåret 2015, är fördelade per segment efter en nyckel baserad på respektive segments andel av total varukostnad under helåret 2015.

Materiella och immateriella anläggningstillgångar med begränsad nyttjandeperiod

Materiella och immateriella anläggningstillgångar redovisas till anskaffningsvärde med avdrag för ackumulerade avskrivningar och eventuella nedskrivningar. Avskrivning sker linjärt över nyttjandeperioden till bedömt restvärde, där nyttjandeperioden uppgår till 3–5 år.

Nedskrivningar

Löpande under året bedöms om det finns indikationer på att tillgångar kan ha minskat i värde. Om en sådan indikation finns beräknas tillgångens återvinningsvärde.

Om det inte går att fastställa väsentligen oberoende kassaflöden till en enskild tillgång, ska vid prövning av nedskrivningsbehov tillgångarna grupperas till den lägsta nivå där det går att identifiera väsentliga oberoende kassaflöden (en kassagenererande enhet). En nedskrivning redovisas när en tillgångs eller kassagenererande enhets redovisade värde överstiger återvinningsvärdet. En nedskrivning belastar resultaträkningen.

Nedskrivning av tillgångar hänförliga till en kassagenererande enhet fördelas i första hand till goodwill. Därefter görs en proportionell nedskrivning av övriga tillgångar som ingår i enheten.

Beräkning av återvinningsvärdet

Återvinningsvärdet är det högsta av tillgångens nettoförsäljningsvärde och nyttjandevärde. Nyttjandevärdet är nuvärdet av framtida kassaflöden diskonterade med räntesats som baserad på riskfri ränta justerad för den risk som är förknippad med den specifika tillgången. För en tillgång som inte genererar kassaflöden beräknas återvinningsvärdet för den kassagenererande enhet till vilken tillgången hör.

Återföring av nedskrivningar

Nedskrivningar återförs om en senare ökning av återvinningsvärdet objektivt kan hänföras till en händelse som inträffat efter det att nedskrivningen gjordes. Nedskrivningar på goodwill återförs inte.

En nedskrivning återförs endast till den utsträckning tillgångens redovisade värde efter återföring inte överstiger det redovisade värde som tillgången skulle ha haft om någon nedskrivning inte hade gjorts.

Varulager

Varulagret värderas till det lägsta av anskaffningsvärdet och nettoförsäljningsvärdet. Nettoförsäljningsvärdet motsvarar det uppskattade försäljningspriset vid normala förhållanden, med avdrag för kostnader som krävs för att genomföra försäljningen. Anskaffningsvärdet beräknas enligt den s.k. först-in-först-ut-metoden som innebär att de tillgångar som finns i lager vid årsskiftet anses vara de senast anskaffade.

Finansiella tillgångar

Finansiella tillgångar klassificeras i olika kategorier, beroende på avsikten med förvärvet av den finansiella tillgången. Klassificeringen bestäms vid ursprunglig anskaffningstidpunkt. En finansiell tillgång tas bort från balansräkningen då de avtalsenliga rättigheterna till kassaflödet upphör.

Lånefordringar och kundfordringar

Lånefordringar och kundfordringar är finansiella tillgångar med fasta betalningar eller betalningar som går att fastställa till belopp. Fordringarna har koppling till koncernens leveranser av varor och tjänster. Värdering görs till upplupet anskaffningsvärde. Fordringarna redovisas till det belopp varmed de förväntas inflyta, efter avdrag för osäkra fordringar, som bedömts individuellt. Lånefordringar och kundfordringar har kort förväntad löptid, och värderas därför till nominellt belopp utan diskontering.

Finansiella skulder

Andra finansiella skulder

I denna kategori redovisas räntebärande och ej räntebärande finansiella skulder som inte innehas för handelsändamål. Värdering görs till upplupet anskaffningsvärde.

Långfristiga skulder har en återstående löptid överstigande ett år, medan skulder med kortare löptid redovisas som kortfristiga. Leverantörsskulder har kort förväntad löptid, och värderas därför till nominellt belopp utan diskontering.

Derivatinstrument

Derivatinstrument utgörs i Odd Mollys fall av valutaterminskontrakt som används som skydd mot risker för valutakursförändringar kopplade till kassaflöden från prognostiserade intäkter och kostnader relaterade till varuflödet.

Odd Molly tillämpar säkringsredovisning. 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. Valutaterminer redovisas i balansräkningen till verkligt värde.

För valutaterminer som uppfyller kraven för säkringsredovisning redovisas värdeförändringarna 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.

För valutaterminer som, redovisningsmässigt, inte uppfyller kriterierna för säkringsredovisning redovisas värdeförändringar omedelbart i resultaträkningen.

Avsättningar

Avsättningar redovisas i balansräkningen när koncernen har en förpliktelse (legal eller informell) på grund av en inträffad händelse och då det är sannolikt att ett utflöde av resurser som är förknippade med ekonomiska fördelar kommer att krävas för att uppfylla förpliktelsen och beloppet kan beräknas på ett tillförlitligt sätt. Om koncernen räknar med att erhålla en gottgörelse motsvarande en avsättning som gjorts, till exempel genom ett försäkringsavtal, redovisas gottgörelsen som en tillgång i balansräkningen när det är i det närmaste säkert att gottgörelsen kommer att erhållas. Om effekten av tidsvärdet för den framtida betalningen bedöms som väsentlig fastställs avsättningens värde genom att den bedömda framtida utbetalningen nuvärdesberäknas med en diskonteringsfaktor före skatt som

avspeglar marknadens aktuella värdering av tidsvärdet och de eventuella risker som hänförs till förpliktelsen. Den successiva ökning av det avsatta beloppet som nuvärdesberäkningen medför redovisas som en räntekostnad i resultaträkningen.

Ersättningar till anställda

Pensioner och övriga utfästelser om förmåner efter avslutad anställning
Bolaget har endast avgiftsbestämda pensionsplaner vilka redovisas i resultaträkningen i den period då den anställda utfört tjänsten åt bolaget. En avgiftsbestämd pensionsplan innebär att en bestämd avgift baserad på en viss procentsats av lönen betalas in till den anställdes pensionskonto hos ett försäkringsbolag. Hur stor pensionen blir för den anställda beror på hur mycket pengar som har betalats in och vilken avkastning pengarna har givit, till skillnad mot en förmånsbestämd pensionsplan där den anställda av arbetsgivaren är garanterad en viss förbestämd pension.

Leasing

Leasingavtal där i allt väsentligt alla risker och fördelar som förknippas med ägandet inte faller på koncernen klassificeras som operationella leasingavtal. Leasingavgifter avseende dessa redovisas som en kostnad i resultaträkningen och fördelas linjärt över avtalets löptid. Odd Molly har klassificerat samtliga nuvarande leasingavtal som operationella.

Inkomstskatt

Inkomstskatt utgörs av aktuell skatt och uppskjuten skatt. Inkomstskatter redovisas i resultaträkningen då den avser resultaträkningens poster och direkt mot eget kapital då den underliggande transaktionen redovisas direkt mot eget kapital. Skatter avseende poster i övrigt totalresultat redovisas i övrigt totalresultat.

Aktuell skatt är skatt som ska betalas eller erhållas avseende aktuellt år, med tillämpning av de skattesatser som är beslutade eller i praktiken beslutade per balansdagen. Häri inkluderas även eventuella justeringar av aktuell skatt hänförlig till tidigare perioder.

Uppskjuten skatt redovisas i enlighet med balansräkningsmetoden, innebärande att uppskjuten skatt beräknas för på balansdagens samtliga identifierade temporära skillnader, dvs. mellan å ena sidan tillgångarnas eller skuldernas skattemässiga värden och å andra sidan deras redovisade värden. Uppskjuten skattefordran redovisas i balansräkningen även för ej utnyttjade underskottsavdrag.

Uppskjuten skatteskuld redovisas dock inte i balansräkningen för skattepliktiga temporära skillnader avseende goodwill. Uppskjuten skatt redovisas inte heller då den temporära skillnaden hänförs till investeringar i dotterbolag och intresseföretag då koncernen har ett bestämmande inflytande över när återföringen av den temporära skillnaden skall ske och det är sannolikt att den temporära skillnaden inte kommer att återföras under överskådlig framtid.

Uppskjutna skattefordringar redovisas endast i den utsträckning det är sannolikt att framtida skattepliktiga vinster kommer att finnas tillgängliga och mot vilka de temporära skillnaderna eller outnyttjade underskottsavdragen kan komma att utnyttjas. De uppskjutna skattefordringarnas redovisade

värden provas vid varje balansdag och minskas i den utsträckning som det inte längre är sannolikt att tillräckligt stor beskattningsbar vinst kommer att finnas tillgänglig för att utnyttja hela eller delar av de uppskjutna skattefordringarna.

Uppskjutna skattefordringar och skatteskulder beräknas med hjälp av de skattesatser som förväntas gälla för den period då fordringarna avräknas eller skulderna regleras, baserat på den skattesatser (och den skattelagstiftning) som föreligger eller i praktiken föreligger på balansdagen. Uppskjutna skattefordringar och skatteskulder netto redovisas i balansräkningen under förutsättning att skattebetalningen kommer att ske med nettobeloppet.

Kassaflödesanalys

Kassaflödesanalysen visar in och utbetalningar. Indirekt metod har använts för den löpande verksamheten. Som likvida medel klassificeras, förutom kassa- och banktillgodohavanden, kortfristiga likvida placeringar med en ursprunglig löptid understigande tre månader.

Viktiga uppskattningar och bedömningar för redovisningsändamål

Koncernen gör uppskattningar och antaganden om framtiden. De uppskattningar för redovisningsändamål som blir följden av dessa kan avvika från det verkliga utfallet.

Varulagret värderas till det lägsta av anskaffningsvärdet och nettoförsäljningsvärdet. Nettoförsäljningsvärdet motsvarar det uppskattade försäljningspriset vid normala förhållanden, med avdrag för kostnader som krävs för att genomföra försäljningen. Kundfordringar redovisas till det belopp varmed de förväntas inflyta, efter avdrag för osäkra fordringar, som bedömts individuellt.

Moderbolagets redovisningsprinciper

Vid upprättandet av moderbolagets finansiella rapporter har Rådet för finansiell rapportering RFR 2 (Redovisning för juridiska personer) tillämpats. Moderbolaget tillämpar samma redovisningsprinciper som koncernen utom i de fall som anges nedan. I moderbolaget redovisas obeskattade reserver inklusive uppskjuten skatteskuld. I koncernredovisningen delas däremot obeskattade reserver upp på uppskjuten skatteskuld och eget kapital. Resultaträkning och balansräkning är för moderbolaget uppställda enligt årsredovisningslagens scheman.

Andelar i koncernbolag

Andelar i koncernbolag redovisas i moderbolaget till anskaffningsvärde med avdrag för eventuella ackumulerade nedskrivningar.

NOT 1 FÖRDELNING PER GEOGRAFISK MARKNAD

Fördelning av nettoomsättning sker baserat på den geografiska marknad där kunden finns. All försäljning avser varor.

Nettoomsättning

Koncernen	2016	2015
Sverige	305 702	248 021
Tyskland	23 417	23 309
Finland	15 550	12 764
Schweiz	13 682	9 223
USA	12 478	10 348
Övriga	51 723	41 289
	422 552	344 954

Moderbolaget	2016	2015
Sverige	305 704	248 022
Tyskland	23 417	23 309
Schweiz	13 682	12 764
Finland	13 490	10 348
Norge	12 569	7 091
Övriga	41 683	36 774
	410 545	338 308

Anläggningstillgångar

Koncernen	2016	2015
Sverige	19 588	13 922
Norge	3 993	–
USA	2 162	86
Finland	1 059	–
	26 803	14 008

NOT 2 ÖVRIGA RÖRELSEINTÄKTER

Koncernen	2016	2015
Övrigt	613	306
	613	306

Moderbolaget

Utförda managementtjänster dotterföretag	208	206
Övrigt	939	203
	1 148	409

NOT 3**ARVODE OCH KOSTNADSERSÄTTNING TILL REVISORER**

Koncernen	2016	2015
Revisionsuppdrag	743	570
Skatterådgivning	389	109
Övriga tjänster	86	28
	1 218	707

Moderbolaget	2016	2015
Revisionsuppdrag	495	407
Skatterådgivning	303	109
Övriga tjänster	86	28
	884	544

NOT 4**LEASINGAVGIFTER AVSEENDE OPERATIONELL LEASING**

Koncernen hyr ett antal lokaler för kontors- och butiksändamål samt har andra anläggningstillgångar enligt operationella leasingavtal. Framtida minimibetalningar avseende ingångna avtal för förhyrda tillgångar per 31 december:

Koncernen	2016	2015
Inom ett år	18 832	9 889
Mellan ett och fem år	37 915	13 509
Efter fem år	8 618	–
Årets leasingavgift	65 364	23 397
varav variabla leasingavgifter	64 162	13 340

Moderbolaget	2016	2015
Inom ett år	13 441	9 369
Mellan ett och fem år	20 867	12 294
Efter fem år	–	–
Årets leasingavgift	34 309	21 662
varav variabla leasingavgifter	33 635	12 125

Koncernen har ingen finansiell leasing.

NOT 5**ANSTÄLLDA OCH PERSONALKOSTNADER****Medelantalet anställda**

Moderbolaget	2016	varav män, %	varav kvinnor, %	2015	varav män, %	varav kvinnor, %
Sverige	83	10	90	71	11	89
Totalt i moderbolaget	83	10	90	71	11	89

Dotterbolag

Danmark	1	–	–	1	–	–
Norge	2	–	–	1	–	–
USA	3	–	–	3	–	–
Sverige	2	–	–	–	–	–
Finland	3	–	–	2	–	–
Totalt i dotterbolag	11	–	100	7	–	100

Koncernen totalt	94	9	91	78	10	90
-------------------------	-----------	----------	-----------	-----------	-----------	-----------

Könsfördelning i företagsledningen

Andel kvinnor, %	2016	2015
Moderbolaget		
Styrelsen	50	50
Övriga ledande befattningshavare	83	60
Koncernen totalt		
Styrelsen	50	50
Övriga ledande befattningshavare	83	60

Löner, andra ersättningar och sociala kostnader

	2016		2015	
	Löner och ersättningar	Sociala kostnader	Löner och ersättningar	Sociala kostnader
Moderbolaget	46 263	18 355	38 483	16 774
(varav pensionskostnad)		¹⁾ (3 286)		¹⁾ (3 286)
Odd Molly Inc.	2 018	424	1 505	320
(varav pensionskostnad)		(59)		(29)
Odd Molly Denmark ApS	481	5	496	19
(varav pensionskostnad)		(3)		(5)
Odd Molly Norge A/S	1 463	296	366	59
(varav pensionskostnad)		(43)		(4)
Odd Molly Finland OY	1 875	851	354	(233)
(varav pensionskostnad)		(741)		
Odd Molly Sverige AB	746	304		
(varav pensionskostnad)		(28)		(36)
Koncernen totalt	52 846	19 931	41 205	17 404
(varav pensionskostnad)		(3 392)		¹⁾ (2 925)

1) Av moderbolagets/koncernens pensionskostnader avser 1462 TSEK gruppen styrelse, VD och övriga ledande befattningshavare. Företagets utestående pensionsförpliktelser till dessa uppgår till 0 (f.å. 0).

Löner och andra ersättningar fördelade mellan styrelseledamöter m.fl. och övriga anställda

	2016		2015	
	Styrelse, VD och övriga ledande befattningshavare	Övriga anställda	Styrelse, VD och övriga ledande befattningshavare	Övriga anställda
Moderbolaget				
Sverige	9 456	36 807	9 218	29 265
(varav tantiem o.d.)	(1 522)	(-)	(1 522)	(-)
Moderbolaget totalt	9 456	36 807	9 218	29 265
(varav tantiem o.d.)	(1 522)	(-)	(1 522)	(-)
Dotterbolag				
Odd Molly Inc	-	2 018	-	1 505
(varav tantiem o.d.)	(-)	(-)	(-)	(-)
Odd Molly Denmark ApS	-	481	-	496
(varav tantiem o.d.)	(-)	(-)	(-)	(-)
Odd Molly Norway AS	-	1 463	-	366
(varav tantiem o.d.)	(-)	(-)	(-)	(-)
Odd Molly Finland OY	-	1 875	-	354
(varav tantiem o.d.)	(-)	(-)	(-)	(-)
Odd Molly Sverige AB	-	746	-	838
(varav tantiem o.d.)	(-)	(-)	(-)	(-)
Dotterbolag totalt	-	-	-	-
(varav tantiem o.d.)	(-)	(-)	(-)	(-)
Koncernen totalt	9 456	43 390	9 218	32 826
(varav tantiem o.d.)	(1 522)	(-)	(1 522)	(-)

Avgångsvederlag

Företaget har inte träffat avtal om avgångsvederlag eller liknande förmåner till styrelseledamöter, verkställande direktören eller andra personer i företagets ledning.

Ersättningar till ledande befattningshavare

Ersättning till styrelse

Till styrelsens ordförande och ledamöter har ett arvode för 2016 uppgående till totalt 800 TSEK (800) kostnadsförts, vilket är i enlighet med den ersättning till styrelsen som årsstämman beslutat. Styrelsens ordförande erhåller ett arvode om 175 TSEK. Samtliga övriga fem ledamöter erhåller en årlig ersättning om 125 TSEK vardera.

Ersättning till verkställande direktören och ledande befattningshavare

Grundlönen till verkställande direktören uppgick 2016 till 2 289 TSEK (2 160). Den verkställande direktören har rätt till en månatlig pensionsavsättning motsvarande 30 procent av lönen. Pensionskostnaderna 2016 uppgick till 648 TSEK (648). Villkor för ersättningspaket för verkställande direktören beslutas av styrelsen. Mellan företaget och verkställande direktören gäller en uppsägningstid om 12 månader vid uppsägning från styrelsen och 6 månader vid uppsägning från verkställande direktörens sida.

Med ledande befattningshavare avses de fem personer som tillsammans med verkställande direktören utgjorde koncernledningen under 2016. I maj utökades antalet ledande befattningshavare, då ansvarig för marknad och webb blev en del av ledningsgruppen. Dennes lön är medtagen från och med maj i den angivna lönesumman för 2016. Ny CFO tillträdde i april 2016. Under årets första månader fylldes positionen av en tf. CFO på konsultbasis. Denna ersättning är inte medräknad i den angivna lönesumman för 2016. Grundlönen till ledande befattningshavare, exklusive VD, för 2016 uppgick till 5 095 TSEK (4 766). Odd Molly betalar pensionspremier enligt avgiftsbestämd pensionsplan vilket motsvarar 16–23 procent av lönesumman. Pensionskostnader 2016 uppgick till 811 TSEK (903). Ledande befattningshavare har 3–6 månaders uppsägningstid.

Ersättningar till VD och övriga ledande befattningshavare har endast utgått i moderbolaget. Rörlig ersättning i form av bonus har kostnadsförts för VD Anna Attemark och vVD Jennie Högstedt Björk om totalt 1 314 TSEK (1 522).

Ledande befattningshavares innehav av teckningsoptioner

Bolaget hade vid räkenskapsårets slut ett utestående program för teckningsoptioner. Optionerna tecknades på marknadsmässiga villkor.

	Antal tecknade optioner	Tecknings- kurs	Options- premie	Förfall
Henrik Fredin	50 000	75,00 kr	2,90 kr	17-05-31
Kristin Roos	15 000	75,00 kr	2,90 kr	17-05-31
Kent-Jonas Lundqvist	10 000	75,00 kr	2,90 kr	17-05-31
Summa	75 000			

NOT 6

AVSKRIVNINGAR AV MATERIELLA OCH IMMATERIELLA ANLÄGGNINGSTILLGÅNGAR

Koncernen	2016	2015
Affärssystem	-434	-283
Rättigheter	-2 745	-2 745
Inventarier, verktyg och installationer	-5 778	-1 611
	-8 957	-4 638

Moderbolaget	2016	2015
Affärssystem	-317	-283
Inventarier, verktyg och installationer	-4 226	-1 596
	-4 543	-1 879

NOT 7

ÖVRIGA RÖRELSEKOSTNADER

Koncernen	2016	2015
Kursförluster på fordringar/skulder av rörelsekaraktär	10	-1 116
Förlust vid avyttring anläggningstillgång	-250	-115
	-240	-1 232

Moderbolaget	2016	2015
Kursförluster på fordringar/skulder av rörelsekaraktär	-320	-1 325
Förlust vid avyttring anläggningstillgång	-250	-115
	-570	-1 440

NOT 8 FINANSIELLA INTÄKTER

Koncernen	2016	2015
Ränteintäkter	11	9
Ränteintäkter, övriga	159	11
Dröjsmålsränta	316	396
	486	415
Moderbolaget	2016	2015
Ränteintäkter	8	9
Ränteintäkter, övriga	159	11
Dröjsmålsränta	316	396
	483	415

NOT 9 FINANSIELLA KOSTNADER

Koncernen	2016	2015
Räntekostnader	-815	-105
	-815	-105
Moderbolaget	2016	2015
Räntekostnader	-792	-94
Nedskrivning av aktier i dotterbolag*	-1 123	-
	-1 915	-94

NOT 10 SKATT PÅ ÅRETS RESULTAT

Koncernen	2016	2015
Aktuell skatt	-7 651	-2 370
Uppskjuten skatt	1 182	-584
Skatt på schablonränta på periodiseringsfonder	-	-
	-6 469	-2 955
Moderbolaget	2016	2015
Aktuell skatt	-5 515	-847
Uppskjuten skatt	-	-
Skatt på schablonränta på periodiseringsfonder	-	-
	-5 515	-847

Avstämning av effektiv skatt

Koncernen	2016	2015
Resultat före skatt	24 189	12 762
Skatt enligt gällande skattesats för moderbolaget 22%	-5 322	-2 808
Effekt utländska skatter	-7	0
Effekt befarade kundförluster	177	1 050
Effekt övriga ej avdragsgilla kostnader	-904	-1 167
Skatt på schablonränta på periodiseringsfonder	-26	-30
Övrigt	-387	-30
	-6 469	-2 955

Moderbolaget	2016	2015
Resultat före skatt	21 604	8 623
Skatt enligt gällande skattesats för moderbolaget 22%	-4 753	-1 897
Effekt befarade kundförluster	177	1 170
Effekt övriga ej avdragsgilla kostnader	-547	-90
Skatt på schablonränta på periodiseringsfonder	-23	-30
Uppskjuten skatt hänförlig till tidigare år	-369	-
	-5 515	-847

Underskottsavdrag

I Odd Molly Inc finns ett underskottsavdrag om cirka 13,2 MSEK med en beräknad skatteeffekt om cirka 5,3 MSEK. Underskottet skulle kunna utnyttjas till och med 2029. Uppskjuten skatt på underskottsavdrag har ej redovisats.

NOT 11 RESULTAT PER AKTIE

Resultat per aktie före utspädning beräknas genom att det resultat som är hänförligt till moderbolagets aktieägare divideras med ett vägt genomsnitt antal utestående stamaktier.

Resultat per aktie före utspädning	2016	2015
Resultat som är hänförligt till moderbolagets aktieägare (TSEK)	17 721	9 807
Vägt genomsnittligt antal utestående stamaktier	5 752 000	5 752 000
Resultat per aktie före utspädning (SEK per aktie)	3,08	1,70

För beräkning av resultat per aktie efter utspädning justeras det vägda genomsnittliga antalet utestående stamaktier före effekterna av samtliga potentiella stamaktier som ger upphov till utspädning.

Resultat per aktie efter utspädning	2016	2015
Resultat som är hänförligt till moderbolagets aktieägare (TSEK)	17 721	9 807
Vägt genomsnittligt antal utestående stamaktier	5 752 000	5 752 000
Resultat per aktie efter utspädning (kr per aktie)	3,08	1,70

NOT 12 IMMATERIELLA ANLÄGGNINGSTILLGÅNGAR

Koncernen	2016-12-31	2015-12-31
<i>Akkumulerade anskaffningsvärden</i>		
Vid årets början	20 435	19 685
Nyanskaffningar	2 129	750
Årets valutakursdifferenser	3	–
	22 566	20 435
<i>Akkumulerade avskrivningar enligt plan</i>		
Vid årets början	–11 482	–8 455
Årets avskrivning enligt plan på anskaffningsvärden	–3 179	–3 027
	–14 661	–11 482
Redovisat värde vid periodens slut	7 905	8 952
 Moderbolaget	 2016-12-31	 2015-12-31
<i>Akkumulerade anskaffningsvärden</i>		
Vid årets början	6 762	6 012
Nyanskaffningar	598	750
	7 359	6 762
<i>Akkumulerade avskrivningar enligt plan</i>		
Vid årets början	–5 993	–5 710
Årets avskrivning enligt plan på anskaffningsvärden	–317	–283
	–6 310	–5 993
Redovisat värde vid periodens slut	1 049	769
 Nyttjandeperioden uppgår till	 5 år	 5 år

Som ett led i att stärka förutsättningarna för lönsam tillväxt tog Odd Molly under 2014 över ansvaret för försäljningsarbetet på bolagets största marknad Sverige, vilket hittills skett via agent. Övertagandet innebär att Odd Molly får ökad kontroll över värdekedjan och kommer närmare kund, vilket förväntas påverka bolagets lönsamhet positivt och ge ökad flexibilitet att utveckla verksamheten. Rättigheten att ansvara för försäljningen på den svenska marknaden erhöles genom förvärv av ett nybildat bolag, Odd Molly Sverige AB, i januari 2014. Transaktionen hanteras i koncernredovisningen som ett tillgångsförvärv och utgifter hänförliga till transaktionen, totalt 14,7 MSEK, redovisas som en immateriell anläggningstillgång med en ekonomisk livslängd om fem år.

NOT 13 MATERIELLA ANLÄGGNINGSTILLGÅNGAR

Inventarier, verktyg och installationer

Koncernen	2016-12-31	2015-12-31
<i>Akkumulerade anskaffningsvärden</i>		
Vid årets början	12 476	9 812
Nyanskaffningar	19 863	2 661
Avyttringar och utrangeringar	–1 405	–
Årets valutakursdifferenser	13	2
	30 946	12 476
<i>Akkumulerade avskrivningar enligt plan</i>		
Vid årets början	–8 574	–6 844
Avyttringar och utrangeringar	1 155	–320
Årets avskrivning enligt plan på anskaffningsvärden	–5 778	–1 407
Årets valutakursdifferenser	20	–3
	–13 177	–8 574
Redovisat värde vid periodens slut	17 769	3 902

Moderbolaget	2016-12-31	2015-12-31
<i>Akkumulerade anskaffningsvärden</i>		
Vid årets början	12 006	9 753
Nyanskaffningar	11 768	2 574
Avyttringar och utrangeringar	-1 405	-320
	22 369	12 006
<i>Akkumulerade avskrivningar enligt plan</i>		
Vid årets början	-8 190	-6 798
Avyttringar och utrangeringar	1 155	-
Årets avskrivning enligt plan på anskaffningsvärden	-4 226	-1 392
	-11 261	-8 190
Redovisat värde vid periodens slut	11 108	3 816
Nyttjandeperioden uppgår till	3–5 år	3–5 år

Materiella anläggningstillgångar består till största delen av butiksinredning.

NOT 14 ÖVRIGA FINANSIELLA ANLÄGGNINGSTILLGÅNGAR

Koncernen	2016-12-31	2015-12-31
<i>Akkumulerade anskaffningsvärden</i>		
Vid årets början	1 153	1 050
Nyanskaffningar	42	103
Avyttringar och utrangeringar	-66	-
	1 129	1 153
Redovisat värde vid periodens slut	1 129	1 153
Nyttjandeperioden uppgår till	3–5 år	3–5 år
Moderbolaget	2016-12-31	2015-12-31
<i>Akkumulerade anskaffningsvärden</i>		
Vid årets början	1 153	1 050
Nyanskaffningar	0	103
Avyttringar och utrangeringar	-66	-
	1 087	1 153
Redovisat värde vid periodens slut	1 087	1 153

Finansiella anläggningstillgångar ovan avser hyresdepositioner för befintliga butiker.

NOT 15 ANDELAR I KONCERNBOLAG

	2016-12-31	2015-12-31
<i>Ingående ackumulerade anskaffningsvärden</i>	31 237	31 213
Anskaffningar	2 532	24
Utgående ackumulerade anskaffningsvärden	33 769	31 237
<i>Ingående ackumulerade nedskrivningar</i>	-17 115	-17 115
Nedskrivning av aktier i dotterbolag	-1 123	-
Utgående ackumulerade nedskrivningar	-18 238	-17 115
Redovisat värde vid periodens slut	15 531	14 122

Odd Molly International AB (moderbolaget) lämnade per den 31 december 2010 ett aktieägartillskott till Odd Molly Inc. genom att omvandla sin fordran om 17 115 TSEK. Aktieägartillskottet ökar det redovisningsmässiga värdet på aktierna i dotterbolaget med samma belopp och ingår i det ackumulerade anskaffningsvärdet. I samband med detta beslutade styrelsen att göra en nedskrivning av redovisat värde. Under 2016 har Odd Molly International AB lämnat aktieägartillskott till Odd Molly Norway A/S om 483 TSEK, till Odd Molly Finland Oy om 1 856 TSEK samt till Odd Molly Denmark ApS om 193 TSEK. Vid slutet av året gjordes en nedskrivning av innehavet av aktier i Odd Molly Finland Oy om 1 123 TSEK, baserat på den finska marknadens vid tidpunkten bedömda förutsättningar.

Specifikation av moderföretagets och koncernens innehav av andelar i koncernföretag

Dotterbolag / Org nr / Säte	Andel i %*	Redovisat värde
Odd Molly Inc., 06-1802963, Los Angeles, USA	100,0	170
Odd Molly Sverige AB, 556953-9066, Stockholm, Sverige	100,0	13 723
Odd Molly Denmark ApS, 32762050, Köpenhamn, Danmark	100,0	366
Odd Molly Finland Oy, Helsingfors, Finland	100,0	757
Odd Molly Norway AS, 912533611, Oslo, Norge	100,0	33
		15 531

* Ågarandelen av kapitalet avses, vilket även överensstämmer med andelen av rösterna för totalt antal aktier.

**NOT 16
FORDRINGAR HOS KONCERNBOLAG**

Moderbolaget	2016-12-31	2015-12-31
Accumulerade anskaffningsvärden		
Vid årets början	4 985	3 668
Tillkommande fordringar	7 469	1 471
Årets valutakursdifferenser	180	-155
Redovisat värde vid periodens slut	12 634	4 985

**NOT 17
VARULAGER**

Lagervärdet i koncernen är per 31 december 2016 redovisat efter avdrag för inkurans som uppgick till 10 423 TSEK (10 400). Kostnaden för nedskrivningar under 2016 uppgick till 4 417 TSEK (8 364).

**NOT 18
KUNDFORDRINGAR**

Åldersanalys av kundfordringar

Koncernen	2016-12-31	2015-12-31
Ej förfallna	38 024	25 915
< 30 dagar	11 276	8 304
31–60 dagar	2 921	2 189
61–90 dagar	3 916	1 325
> 90 dagar	2 775	3 766
	58 912	41 498

Moderbolaget	2016-12-31	2015-12-31
Ej förfallna	34 110	27 689
< 30 dagar	10 665	8 218
31–60 dagar	2 757	2 182
61–90 dagar	3 904	1 304
> 90 dagar	2 788	3 792
	54 224	43 183

Avsättningar för befarade kundförluster uppgår i koncernen till 4 procent (7) av totala kundfordringar. I moderbolaget är motsvarande avsättning 4 procent (7). Samtliga avsättningar avser kundfordringar äldre än 90 dagar. Förfallna ej reserverade kundfordringar avser fordringar för ett antal kunder vilka tidigare ej haft några betalningssvårigheter. För koncernen såväl som moderbolaget uppgick konstaterade kundförluster till 0,17 procent (1,6) av periodens omsättning.

Avsättning för befarade kundförluster

Koncernen	2016	2015
Avsättning vid årets början	-2 991	-8 456
Årets reserveringar, netto	58	-197
Konstaterade förluster	745	5 662
Valutakursdifferens	-	-
	-2 188	-2 991

Moderbolaget	2016	2015
Avsättning vid årets början	-2 989	-8 306
Årets reserveringar, netto	78	-8 306
Konstaterade förluster	726	5 555
	-2 185	-2 989

**NOT 19
DERIVATINSTRUMENT**

	2016-12-31		2015-12-31	
	Tillgångar	Skulder	Tillgångar	Skulder
Koncernen				
Valutaterminskontrakt				
– kassaflödessäkring	787	325	327	1 389
Verkliga värden	787	325	327	1 389
Moderbolaget				
Valutaterminskontrakt				
– kassaflödessäkring	787	325	327	1 389
Verkliga värden	787	325	327	1 389

Valutaterminskontrakt används för att säkra utflöden av EUR och USD. Det nominella beloppet för utestående valutaterminskontrakt uppgick per 31 december 2016 till 51 500 TSEK (81 078). Samtliga kontrakt har en återstående löptid som understiger 12 månader. Värdering av kategorin kassaflödessäkring redovisade till verkligt värde sker baserat på observerbara data, det vill säga enligt nivå 2 i värderingshierarkin enligt IFRS 13.

NOT 20
FÖRUTBETALDA KOSTNADER OCH UPPLUPNA INTÄKTER

Koncernen	2016-12-31	2015-12-31
Hyreskostnader	4 877	3 194
Övriga poster	4 505	1 917
	9 382	5 111

Moderbolaget	2016-12-31	2015-12-31
Hyreskostnader	3 638	2 928
Övriga poster	3 187	1 674
	6 825	4 602

NOT 21
OBESKATTADE RESERVER

Periodiseringsfonder

Moderbolaget	2016-12-31	2015-12-31
Avsatt vid taxering 2011	–	14 300
Avsatt vid taxering 2012	6 600	6 600
Avsatt vid taxering 2013	200	200
Avsatt vid taxering 2015	200	200
Avsatt vid taxering 2016	1 200	1 200
Avsatt vid taxering 2017	7 700	–
	15 900	22 500

Av obeskattade reserver utgör 4 686 (5 456) uppskjuten skatt. Uppskjuten skatt redovisas till skattesats 22,0% (22,0). Den uppskjutna skatten redovisas ej i moderbolagets balansräkning men däremot i koncernens.

NOT 22
AVSÄTTNING FÖR UPPSKJUTEN SKATT

Uppskjuten skatt på obeskattade reserver redovisas till skattesats 22,0% (22,0).

Koncernen	2016-12-31	2015-12-31
<i>Uppskjuten skattefordran</i>		
Derivatinstrument	–	234
Internvinst i lager	412	185
	412	419
<i>Uppskjuten skatteskuld</i>		
Derivatinstrument	102	–
Obeskattade reserver	4 686	5 456
	4 788	5 456
	4 376	5 037

Moderbolaget	2016-12-31	2015-12-31
<i>Uppskjuten skattefordran</i>		
Derivatinstrument	–	234
	–	234
<i>Uppskjuten skatteskuld</i>		
Derivatinstrument	102	–
	102	–
	102	234

NOT 23
UPPLUPNA KOSTNADER OCH FÖRUTBETALDA INTÄKTER

Koncernen	2016-12-31	2015-12-31
Försäljningsprovisioner	1 236	1 604
Semesterlöneskuld	4 242	2 739
Upplupna löner	2 414	3 136
Sociala avgifter semesterlöneskuld	1 313	824
Särskild löneskatt	1 631	1 596
Övriga poster	5 137	6 945
	15 973	16 844

Moderbolag	2016-12-31	2015-12-31
Försäljningsprovisioner	1 236	1 604
Semesterlöneskuld	3 640	2 645
Upplupna löner	2 414	3 136
Sociala avgifter semesterlöneskuld	1 144	812
Särskild löneskatt	1 631	1 596
Övriga poster	4 126	2 495
	14 191	12 288

NOT 24
STÄLLDA SÄKERHETER OCH EVENTUALFÖRPLIKTELSE

Koncern och moderbolaget	2016-12-31	2015-12-31
Företagsinteckningar	30 000	30 000
Pantsatta fordringar	2 453	–
Eventualförpliktelser	1 415	915
	33 868	30 915

Företagsinteckningarna är ställda som säkerhet gentemot bank för att fungera som säkerhet för importremburser.

NOT 25

FINANSIELLA TILLGÅNGAR OCH SKULDER FÖRDELADE PER KATEGORI

2016	Kundfordringar och lånefordringar	Kassaflödes- säkringar	Finansiella skulder	Summa redovisat värde	Verkligt värde
Kundfordringar och lånefordringar	58 912	–	–	58 912	58 912
Derivatinstrument	–	787	–	787	787
Övriga omsättningstillgångar	1 290	–	–	1 290	1 290
Kassa och bank	25 121	–	–	25 121	25 121
Summa finansiella tillgångar	85 323	787	0	86 110	86 110
Checkräkningskredit	–	–	26 920	26 920	26 920
Leverantörsskulder	–	–	28 270	28 270	28 270
Derivatinstrument	–	325	–	325	325
Övriga skulder	–	–	5 933	5 933	5 933
Summa finansiella skulder	0	325	61 122	61 448	61 448
2015	Kundfordringar och lånefordringar	Kassaflödes- säkringar	Finansiella skulder	Summa redovisat värde	Verkligt värde
Kundfordringar och lånefordringar	41 498	–	–	41 498	41 498
Derivatinstrument	–	327	–	327	327
Övriga omsättningstillgångar	934	–	–	934	934
Kassa och bank	26 693	–	–	26 693	26 693
Summa finansiella tillgångar	69 125	327	0	69 453	69 453
Checkräkningskredit	–	–	6 094	6 094	6 094
Leverantörsskulder	–	–	20 421	20 421	20 421
Derivatinstrument	–	1 389	–	1 389	1 389
Övriga skulder	–	–	5 955	5 955	5 955
Summa finansiella skulder	0	1 389	32 470	33 859	33 859

För finansiella instrument som redovisas till upplupet anskaffningsvärde och som löper med rörlig ränta eller där löptiden är kort så överensstämmer bokfört värde med verkligt värde.

Verkligt värde på derivat redovisas separat i balansräkningen och fastställs utifrån marknadsvärden på balansdagen. Samtliga övriga finansiella tillgångar har klassificerats som låne- och kundfordringar, vilket inkluderar kundfordringar, vilket inkluderar kundfordringar, upplupna intäkter och likvida medel. Samtliga övriga finansiella skulder har klassificerats som övriga finansiella skulder värderat till upplupet anskaffningsvärde, vilket inkluderar, leverantörsskulder och upplupna leverantörskostnader. Verkliga värden för finansiella tillgångar och skulder bedöms överensstämma med bokförda värden.

Värdering av kategorin kassaflödessäkring redovisade till verkligt värde sker baserat på annan indata, det vill säga enligt nivå 2 i värderingshierarkin enligt IFRS 13.

NOT 26 FINANSIELLA INSTRUMENT

Valutaterminskontrakt – kassaflödessäkring

	Inom 3 månader	Mellan 4 till 6 månader	Mellan 7 till 9 månader	Mellan 10 till 12 månader
Utflöde	–	–	–	–
Inflöde	28 695	20 343	2 462	–

NOT 27 FINANSIELL OCH ÖVRIG RISKHANTERING

Odd Molly är utsatt för ett antal risker såväl vad gäller den egna verksamheten som branschen i stort. Riskerna kan delas upp i verksamhetsrelaterade risker samt finansiella och övriga risker. För beskrivning av bransch- och verksamhetsrelaterade risker se sid 33–34.

Valutakursförändringar

Odd Molly exponeras för valutarisk vid inköp från leverantörer samt vid försäljning till utlandet. Cirka 60 procent av inköpen sker i EUR och 40 procent sker i USD. Odd Molly erhåller intäkter i ett flertal olika valutor som en följd av försäljning till utländska återförsäljare.

Eftersom bolagets redovisningsvaluta är svenska kronor och inköpen och en del av försäljningen sker i andra valutor är bolagets exponering mot valutasvängningar avseende svenska kronor stor, vilken i framtiden kan komma att få negativ effekt på bolagets verksamhet, resultat och finansiella ställning. Även om bolaget hanterar denna valutaexponering genom säkringstransaktioner finns det inga garantier för att bolagets säkringsstrategier är tillräckliga för att skydda rörelseresultatet från effekterna av framtida valutasvängningar. Bolagets målsättning är att säkra cirka 50 procent av nettotransaktionsexponeringen.

Baserat på 2016 års resultat och med den valutaexponering som rådde då skulle exempelvis en förändring av kursen EUR/SEK med +/- 10% påverkat koncernens resultat med +/- 4,7 MSEK. En förändring av kursen USD/SEK med +/-10% skulle ha påverkat koncernens resultat med +/- 5,5 MSEK. Ovanstående räkneexempel utgår från koncernens varuförsäljning och varuinköp under 2016 och tar inte hänsyn till eventuella korrelerande faktorer eller att dessa även kan påverka andra poster i resultaträkningen.

	2016		2015	
Förändring i EUR-kurs, %	+10	–10	+10	–10
Effekt på resultatet före skatt, MSEK	–4,7	+4,7	–3,5	+3,5
Förändring på eget kapital, MSEK	–4,6	+4,6	–3,5	+3,5
Förändring i USD-kurs, %	+10	–10	+10	–10
Effekt på resultatet före skatt, MSEK	–5,5	+5,5	–5,4	+5,4
Förändring på eget kapital, MSEK	–4,5	+4,5	–4,3	+4,3

Refinansierings-, ränte- och kreditrisk

Odd Molly har i dagsläget rörelsekapitalsfinansiering via checkkredit. Totalt kreditutrymme för checken var vi årets slut 30 MSEK och bolaget påverkas därmed till viss del av risker i refinansiering och ändrade upplåningsvillkor. Bolagets likvida medel placeras med låg risk på inlåningskonto eller räntefond. Skillnader i ränteläge kan få effekt på koncernens ränteintäkter.

Odd Mollys kunder erhåller kredit efter godkänd kreditprövning. Det kan dock inte uteslutas att Odd Molly kan åsamkas förluster om en kund inte förmår att erlagga betalning. Kunders betalningssvårigheter kan medföra ett ökat lager, då Odd Molly inte levererar till kunder med obetalda förfallna fakturor.

För ytterligare information om bolagets kundfordringar, se not 18.

Råvarupriser och ledtider

Priser på råvaror såsom bomull, siden, ull mm kan öka på grund av ökad efterfrågan samt minskad tillgång, vilket kan leda till ökade inköpskostnader. Ökad efterfrågan kan även innebära längre ledtider från leverantörerna, vilket kan medföra ökade transportkostnader på grund av större andel flygfrakter samt att tyger eller garner måste förbokas innan Odd Molly erhållit ordrar från återförsäljarna.

Lagerrisk

Till den del Odd Molly är tvunget att hålla ett varulager exponeras bolaget för en risk i den mån varulagret inte blir sålt eller behöver säljas till reducerat pris.

NOT 28 SEGMENTSREDOVISNING

Bolaget redovisar intäkter och rörelseresultat för två segment; grossistverksamhet och detaljhandelsverksamhet. Segmentet grossistverksamhet omfattar försäljning till Odd Mollys återförsäljare via agent, distributör eller egen säljkår. Butiker och shop-in-shops som drivs av återförsäljare inkluderas i segmentet grossistverksamhet. Segmentet detaljhandelsverksamhet avser försäljning till konsument i egna kanaler; fysiska butiker, outlets, shop-in-shops och webbshop där Odd Molly har egen personal. Rörelseresultatet för respektive segment belastas av för segmentet direkta kostnader. De koncerngemensamma kostnaderna för fjärde kvartalet och helåret 2016, är fördelade per segment efter en nyckel baserad på respektive segments andel av total varukostnad under helåret 2016. De koncerngemensamma kostnaderna för fjärde kvartalet och helåret 2015, är fördelade per segment efter en nyckel baserad på respektive segments andel av total varukostnad under helåret 2015. Högste verkställande beslutsfattare för de båda segmenten är bolagets verkställande direktör.

Intäkter och rörelseresultat per segment

	2016-12-31	2015-12-31
Grossistverksamhet		
Intäkter	228 022	210 864
Rörelseresultat	6 814	-6 636
Resultat från finansiella poster	-228	238
Resultat efter finansiella poster	6 585	-6 398
Detaljhandelsverksamhet		
Intäkter	195 142	134 395
Rörelseresultat	17 705	19 087
Resultat från finansiella poster	-101	72
Resultat efter finansiella poster	17 604	19 159
Total		
Intäkter	423 165	345 259
Rörelseresultat	24 518	12 451
Resultat från finansiella poster	-329	310
Resultat efter finansiella poster	24 189	12 762

NOT 29 TRANSAKTIONER MED NÄRSTÅENDE

Moderbolagets försäljning av produkter och tjänster till dotterbolaget Odd Molly Inc uppgår 2016 till 460 TSEK (520). Kortfristiga fordringar uppgår till 0 TSEK. Moderbolagets försäljning av produkter och tjänster till dotterbolaget Odd Molly Denmark ApS uppgår 2016 till 116 TSEK (-43). Kortfristiga skulder uppgår till 0 TSEK. Moderbolagets försäljning av produkter och tjänster till dotterbolaget Odd Molly Finland OY uppgår 2016 till 3 188 TSEK (2 503). Kortfristiga fordran uppgår till 673 TSEK. Moderbolagets försäljning av produkter och tjänster till dotterbolaget Odd Molly Norge AS uppgår 2016 till 4 593 TSEK (0). Kortfristiga fordran uppgår till 4 868 TSEK. Inga övriga transaktioner med närstående har skett under 2015 och 2016 förutom de som anges ovan.

För information om ersättning till styrelse, verkställande direktören och ledande befattningshavare, se not 5 sid 49.

NOT 30 DISPOSITION AV VINST

Förslag till vinstdisposition

Styrelsen avser att årligen pröva om det finns möjlighet att lämna utdelning. Styrelsens mål är att årligen föreslå att bolagsstämman beslutar om utdelning motsvarande minst 40 procent av bolagets vinst till aktieägarna. Styrelsen kommer innan ett sådant förslag lämnas överväga om det finns möjlighet att lämna utdelning i denna storleksordning. I övervägandet kommer styrelsen att beakta flera faktorer, bland annat bolagets verksamhet, rörelseresultat och finansiella ställning, aktuellt och förväntat likviditetsbehov, expansionsplaner och andra väsentliga faktorer. Bolaget är i en expansions- och tillväxtfas vilket innebär ett fortsatt investeringsbehov. Med beaktande av detta föreslår styrelsen i Odd Molly årsstämma att en utdelning om 1,00 SEK (1,50) per aktie lämnas för räkenskapsåret 2016.

Förslag till disposition beträffande bolagets vinst

Till årsstämmans förfogande står följande vinstmedel (TSEK):

Överkursfond	26 635
Fond för verkligt värde	816
Balanserad vinst	25 851
Årets vinst	16 089
Summa	69 391

Styrelsen föreslår att vinstmedlen disponeras så att:

Till aktieägare utdelas	
5 752 000 aktier x 1,00 SEK per aktie	5 752
Balanseras i ny räkning	63 639
Summa	69 391

NOT 31 HÄNDELSE EFTER BALANSDAGEN

Inga specifika händelser efter balansdagen finns att rapportera.

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 företagets ställning och resultat, samt att förvaltningsberättelsen ger en rättvisande översikt över utvecklingen av koncernens och företagets verksamhet, ställning och resultat samt beskriver väsentliga risker och osäkerhetsfaktorer som de företag som ingår i koncernen står inför.

Stockholm den 27 mars 2017

Patrik Tillman
Ordförande

Mia Arnhult
Styrelseledamot

Lennart Björk
Styrelseledamot

Kia Orback Pettersson
Styrelseledamot

Elin Ryer
Styrelseledamot

Nils Vinberg
Styrelseledamot

Anna Attemark
Verkställande direktör

Vår revisionsberättelse har lämnats den 27 mars 2017

Ernst & Young AB

Jonas Svensson
Auktoriserad revisor



REVISIONSBERÄTTELSE

Till bolagsstämman i Odd Molly International AB (publ), org nr 556627-6241

RAPPORT OM ÅRSREDOVISNINGEN OCH KONCERNREDOVISNINGEN

UTTALANDEN

Vi har utfört en revision av årsredovisningen och koncernredovisningen för Odd Molly International AB (publ) för år 2016. Bolagets årsredovisning och koncernredovisning ingår på sidorna 31 – 58 i detta dokument.

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 31 december 2016 och av dess finansiella resultat och kassaflöde 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 31 december 2016 och av dess finansiella resultat och kassaflöde för året enligt International Financial Reporting Standards (IFRS), så som de antagits av EU, och årsredovisningslagen. Förvaltningsberättelsen är förenlig med årsredovisningens och koncernredovisningens övriga delar.

Vi tillstyrker därför att bolagsstämman fastställer resultaträkningen och balansräkningen för moderbolaget och rapporten över totalresultatet och balansräkningen för koncernen.

GRUND FÖR UTTALANDEN

Vi har utfört revisionen enligt International Standards on Auditing (ISA) och god revisionssed i Sverige. Vårt ansvar enligt dessa standarder beskrivs närmare i avsnittet Revisorns ansvar. Vi är oberoende i förhållande till moderbolaget och koncernen enligt god revisorssed i Sverige och har i övrigt fullgjort vårt yrkesetiska ansvar enligt dessa krav.

Vi anser att de revisionsbevis vi har inhämtat är tillräckliga och ändamålsenliga som grund för våra uttalanden.

SÄRSKILT BETYDELSEFULLA OMRÅDEN

Särskilt betydelsefulla områden för revisionen är de områden som enligt vår professionella bedömning var de mest betydelsefulla för revisionen av årsredovisningen och koncernredovisningen för den aktuella perioden. Dessa områden behandlades inom ramen för revisionen av, och i vårt ställningstagande till, årsredovisningen och koncernredovisningen som helhet, men vi gör inga separata uttalanden om dessa områden.

INTÄKTER

Nettoomsättningen uppgår för år 2016 till 422 552 Tkr i koncernen och 410 545 Tkr i moderbolaget. Intäkterna genereras från försäljning direkt till kund via egna butiker och web-shop samt till återförsäljare. Intäkter redovisas till verkligt värde av erhållen ersättning eller den ersättning som kommer erhållas från främst varuförsäljning. Intäkten redovisas då leverans har skett till kunden. Intäktsredovisningen kräver en väl fungerande process, omfattande bl.a. order, fakturering och utleveranser. Försäljning via web-shopen kräver ett tillförlitligt system för intäktsgenereringen och försäljningen i butik en fungerande hantering av kontanter och kreditkortsbetalningar. Vi anser att intäkter är ett särskilt betydelsefullt område i vår revision beaktat mängden transaktioner och att intäkterna utgör den för bolaget mest väsentliga finansiella posten. För information om intäkter se Redovisningsprinciper och Not 1 Fördelning per geografisk marknad samt Not 28 Segmentsredovisning.

Vår revisionsprocess inkluderar bland annat granskning av processerna för intäktsgenerering från försäljning direkt till kund via egna butiker, web-shop och till återförsäljare. Vi har också granskat inbetalningar och kontant- och kreditkortsbetalningar. Vi har genom analytiska granskningsmetoder granskat bruttovinster och periodisering av intäkter. Vi har bedömt bolagets bedömningar av reserv för obetalda kundfordringar samt utvärderat huruvida redovisningsprinciper och notupplysningar är ändamålsenliga.

VARULAGER

Varulagret uppgår för år 2016 till 67 180 Tkr i koncernen och 63 258 Tkr i moderbolaget. Varulagret består huvudsakligen av kläder, accessoarer och produkter för inredning. Varulagret värderas till det lägsta av anskaffningsvärde och nettoförsäljningsvärde. Nettoförsäljningsvärdet påverkas bl.a. av förändringar i mode, vilket i sin tur påverkar den bedömning som styrelse och företagsledningen gör avseende värdering. Kvantiteten i lager fastställs av system och rutiner för exempelvis inventering. Vi bedömer att varulager är ett särskilt betydelsefullt område för revisionen då värdet påverkas av betydande inslag av bedömningar avseende främst nettoförsäljningsvärdet. För information om varulager se Redovisningsprinciper och Not 17 Varulager.

Vi har granskat bolagets system för prissättning av artiklar i lager; hantering av in- och utleveranser i lager samt kontroll av lagersystemet. Vi har också granskat bolagets bedömning av inkurans i lager genom deltagande i inventering, uppföljning av försäljningsstatistik och analys av omsättningshastighet. Upplysningar i redovisningsprinciper och not har granskats.

ANNAN INFORMATION ÄN ÅRSREDOVISNINGEN OCH KONCERNREDOVISNINGEN

Detta dokument innehåller även annan information än årsredovisningen och koncernredovisningen och återfinns på sidorna 1 – 30. Det är styrelsen och verkställande direktören som har ansvaret för denna andra information.

Vårt uttalande avseende årsredovisningen och koncernredovisningen omfattar inte denna information och vi gör inget uttalande med bestyrkande avseende denna andra information.

I samband med vår revision av årsredovisningen och koncernredovisningen är det vårt ansvar att läsa den information som identifieras ovan och överväga om informationen i väsentlig utsträckning är oförenlig med årsredovisningen och koncernredovisningen. Vid denna genomgång beaktar vi även den kunskap vi i övrigt inhämtat under revisionen samt bedömer om informationen i övrigt verkar innehålla väsentliga felaktigheter.

Om vi, baserat på det arbete som har utförts avseende denna information, drar slutsatsen att den andra informationen innehåller en väsentlig felaktighet, är vi skyldiga att rapportera detta. Vi har inget att rapportera i det avseendet.

STYRELSENS OCH VERKSTÄLLANDE DIREKTÖRENS ANSVAR

Det är styrelsen och verkställande direktören som har ansvaret för att årsredovisningen och koncernredovisningen upprättas och att den ger en rättvisande bild enligt årsredovisningslagen och, vad gäller koncernredovisningen, enligt IFRS så som de antagits av EU. Styrelsen och verkställande direktören ansvarar även för den interna kontroll som de bedömer är nödvändig för att upprätta en årsredovisning och koncernredovisning som inte innehåller några väsentliga felaktigheter, vare sig dessa beror på oegentligheter eller på fel.

Vid upprättandet av årsredovisningen och koncernredovisningen ansvarar styrelsen och verkställande direktören för bedömningen av bolagets förmåga att fortsätta verksamheten. De upplyser, när så är tillämpligt, om förhållanden som kan påverka förmågan att fortsätta verksamheten och att använda antagandet om fortsatt drift. Antagandet om fortsatt drift tillämpas dock inte om styrelsen och verkställande direktören avser att likvidera bolaget, upphöra med verksamheten eller inte har något realistiskt alternativ till att göra något av detta.

Styrelsens revisionsutskott ska, utan att det påverkar styrelsens ansvar och uppgifter i övrigt, bland annat övervaka bolagets finansiella rapportering.

REVISORNS ANSVAR

Våra mål är att uppnå en rimlig grad av säkerhet om att årsredovisningen och koncernredovisningen som helhet inte innehåller några väsentliga felaktigheter, vare sig dessa beror på oegentligheter eller på fel, och att lämna en revisionsberättelse som innehåller våra uttalanden. Rimlig säkerhet är en hög grad av säkerhet, men är ingen garanti för att en revision som utförs enligt ISA och god revisionssed i Sverige alltid kommer att upptäcka en väsentlig felaktighet om en sådan finns. Felaktigheter kan uppstå på grund av oegentligheter eller fel och anses vara väsentliga om de enskilt eller tillsammans rimligen kan förväntas påverka de ekonomiska beslut som användare fattar med grund i årsredovisningen och koncernredovisningen.

En ytterligare beskrivning av vårt ansvar för revisionen av årsredovisningen och koncernredovisningen finns på Revisorsnämndens webbplats: http://www.revisorsinspektionen.se/rn/showdocument/documents/rev_dok/revisors_ansvar.pdf. Denna beskrivning är en del av revisionsberättelsen.

RAPPORT OM ANDRA KRAV ENLIGT LAGAR OCH ANDRA FÖRFATTNINGAR UTTALANDEN

Utöver vår revision av årsredovisningen har vi även utfört en revision av styrelsens och verkställande direktörens förvaltning av Odd Molly International AB (publ) för år 2016 samt av förslaget till dispositioner beträffande bolagets vinst eller förlust.

Vi tillstyrker att bolagsstämman disponerar enligt förslaget i förvaltningsberättelsen och beviljar styrelsens ledamöter och verkställande direktören ansvarsfrihet för räkenskapsåret.

GRUND FÖR UTTALANDEN

Vi har utfört revisionen enligt god revisionssed i Sverige. Vårt ansvar enligt denna beskrivs närmare i avsnittet Revisorns ansvar. Vi är oberoende i förhållande till moderbolaget och koncernen enligt god revisorssed i Sverige och har i övrigt fullgjort vårt yrkesetiska ansvar enligt dessa krav.

Vi anser att de revisionsbevis vi har inhämtat är tillräckliga och ändamålsenliga som grund för våra uttalanden.

STYRELSENS OCH VERKSTÄLLANDE DIREKTÖRENS ANSVAR

Det är styrelsen som har ansvaret för förslaget till dispositioner beträffande bolagets vinst eller förlust. Vid förslag till utdelning innefattar detta bland annat en bedömning av om utdelningen är försvarlig med hänsyn till de krav som bolagets och koncernens verksamhetsart, omfattning och risker ställer på storleken av moderbolagets och koncernens egna kapital, konsolideringsbehov, likviditet och ställning i övrigt.

Styrelsen ansvarar för bolagets organisation och förvaltningen av bolagets angelägenheter. Detta innefattar bland annat att fortlöpande bedöma bolagets och koncernens ekonomiska situation, och att tillse att bolagets organisation är utformad så att bokföringen, medelsförvaltningen och bolagets ekonomiska

angelägenheter i övrigt kontrolleras på ett betryggande sätt. Den verkställande direktören ska sköta den löpande förvaltningen enligt styrelsens riktlinjer och anvisningar och bland annat vidta de åtgärder som är nödvändiga för att bolagets bokföring ska fullgöras i överensstämmelse med lag och för att medelsförvaltningen ska skötas på ett betryggande sätt.

REVISORNS ANSVAR

Vårt mål beträffande revisionen av förvaltningen, och därmed vårt uttalande om ansvarsfrihet, är att inhämta revisionsbevis för att med en rimlig grad av säkerhet kunna bedöma om någon styrelseledamot eller verkställande direktören i något väsentligt avseende:

- företagit någon åtgärd eller gjort sig skyldig till någon försumelse som kan föranleda ersättningsskyldighet mot bolaget.
- på något annat sätt handlat i strid med aktiebolagslagen, årsredovisningslagen eller bolagsordningen.

Vårt mål beträffande revisionen av förslaget till dispositioner av bolagets vinst eller förlust, och därmed vårt uttalande om detta, är att med rimlig grad av säkerhet bedöma om förslaget är förenligt med aktiebolagslagen.

Rimlig säkerhet är en hög grad av säkerhet, men ingen garanti för att en revision som utförs enligt god revisionssed i Sverige alltid kommer att upptäcka åtgärder eller försummelser som kan föranleda ersättningsskyldighet mot bolaget, eller att ett förslag till dispositioner av bolagets vinst eller förlust inte är förenligt med aktiebolagslagen.

En ytterligare beskrivning av vårt ansvar för revisionen av förvaltningen finns på Revisorsnämndens webbplats: http://www.revisorsinspektionen.se/rn/showdocument/documents/rev_dok/revisors_ansvar.pdf. Denna beskrivning är en del av revisionsberättelsen.

Stockholm den 27 mars 2017

Ernst & Young AB

Jonas Svensson
Auktoriserad revisor



BOLAGSSTYRNING

Odd Molly International AB är ett svenskt publikt aktiebolag och bolagsstyrningen grundas därför på svenska regler och svensk lagstiftning, huvudsakligen aktiebolagslagen, Nasdaq Stockholms regelverk för emittenter, Svensk kod för bolagsstyrning, bolagsordningen och andra relevanta regelverk. Odd Molly är sedan den 21 juni 2010 noterat på Nasdaq Stockholm och bolaget har sedan dess tillämpat den svenska koden för bolagsstyrning fullt ut. Vid eventuella avvikelser följs principen följ eller förklara. Styrelsen är ansvarig för att löpande övervaka att koden efterlevs av såväl styrelsen som ledningen och bolaget i Övrigt.

BOLAGSSTÄMMA

Aktieägarnas beslutanderätt i bolaget utövas på bolagsstämman, som är bolagets högsta beslutande organ. Aktieägare som är registrerade i aktieboken och som anmält sig för deltagande har rätt att delta i stämman och rösta för sina aktier. De som inte har möjlighet att närvara personligen kan företrädas av ombud.

Årsstämma är benämningen på den årliga ordinarie bolagsstämman. Några av stämmans obligatoriska uppgifter är att fastställa koncernens balans- och resultaträkning, besluta om vinstdisposition, ersättningsprinciper för ledande befattningshavare och om ansvarsfrihet för styrelsen och VD. Årsstämman väljer – efter förslag från valberedningen – styrelseledamöter fram till slutet av nästkommande årsstämma.

BOLAGSORDNINGÄNDRINGAR

Odd Mollys bolagsordning innehåller ingen bestämmelse avseende ändring av bolagsordning. Sådana ändringar beslutas i enlighet med svensk lag, det vill säga av bolagsstämman.

ÅRSSTÄMMA 2017

Odd Mollys årsstämma för räkenskapsåret 2016 kommer att hållas den 11 maj 2017 kl. 14.00 i bolagets showroom på Karlavägen 73 i Stockholm. Information om tid och plats, hur anmälan om deltagande kan ske samt hur aktieägare kan få ett ärende behandlat på stämman finns tillgänglig på bolagets hemsida www.oddmolly.com och på sidan 76 i denna årsredovisning.

VALBEREDNING

Vid årsstämman 2009 beslutades att bolaget ska ha en valberedning. Valberedningen inför årsstämman den 11 maj 2017 består av Tom Wikström, ordförande, Christer Andersson och Rutger Arnhult. Inför årsstämman har valberedningen haft tre protokollförda möten. Ingen ersättning har utgått för medverkan i valberedningen. Tom Wikström anses oberoende till bolaget, bolagsledningen och dess större ägare. Christer Andersson och Rutger Arnhult anses oberoende till bolaget och bolagsledningen, men inte till dess större ägare.

STYRELSEN

Odd Mollys styrelse består av sex ordinarie stämموvalda ledamöter och inga suppleanter. Styrelsen består av Patrik Tillman, styrelseordförande, Mia Arnhult, Lennart Björk, Kia Orback Pettersson, Elin Ryer och Nils Vinberg. Ingen av ledamöterna är anställd eller har anställningsliknande förhållande till koncernen eller något dotterbolag.

Mia Arnhult, Lennart Björk och Patrik Tillman anses som oberoende till bolaget och bolagsledningen, men inte till dess större ägare. Kia Orback Pettersson, Elin Ryer och Nils Vinberg anses oberoende till bolaget, bolagsledningen och dess större ägare. För närmare presentation av Odd Mollys styrelse se sidorna 70 – 71.

STYRELSENS ERSÄTTNING

Till styrelsens ordförande och ledamöter har ett arvode för 2016 uppgående till totalt 800 TSEK (800) utgått, vilket är i enlighet med den ersättning till styrelsen som årsstämman beslutat. Styrelsens ordförande erhåller ett arvode om 175 TSEK per år och övriga fem ledamöter vardera 125 TSEK per år.

STYRELSENS ARBETE

Styrelsens uppdrag är att för ägarnas räkning förvalta bolagets angelägenheter. Styrelsens arbete styrs av aktiebolagslagen, bolagsordningen samt gällande arbetsordning inklusive den instruktion som utfärdats avseende arbetsfördelning mellan styrelse och VD.

Under 2016 har styrelsen haft tio protokollförda sammanträden. Under sammanträdena behandlade styrelsen resultatställning, balansomslutning, delårsrapporter och årsredovisning samt marknadsbedömningar, riskanalys, affärsverksamhetens inriktning, organisationsfrågor, strategi, affärsplan samt varumärkesutveckling.

Styrelsen genomför årligen en utvärdering av styrelsearbetet.

TILLSÄTTANDE OCH ENTLEDIGANDE AV STYRELSELEDAMÖTER

Enligt Odd Mollys bolagsordning ska styrelsen bestå av tre till tio ledamöter, som årligen väljs på årsstämman för tiden intill dess nästa årsstämma har hållits. Odd Mollys bolagsordning innehåller ingen bestämmelse avseende entledigande av styrelseledamöter. Styrelsen består för närvarande av sex ledamöter. Ingen av styrelseledamöterna är anställd i koncernen.

DELTAGANDE ANTAL MÖTEN

	2016	2015	2014	2013
Mia Arnhult	10	9	10	10
Lennart Björk	6	8	9	8
Kia Orback Pettersson	9	8	9	5
Elin Ryer	8	6	–	–
Patrik Tillman	10	9	10	10
Nils Vinberg	9	8	10	9
Totalt antal möten	10	9	10	10

REVISIONSUTSKOTT

Styrelsen har inom sig utsett ett revisionsutskott med huvudsaklig uppgift att svara för att bereda styrelsens arbete med att kvalitets-säkra den finansiella rapporteringen. Revisionsutskottet består av styrelseledamöterna Mia Arnhult, utskottets ordförande, Kia Orback Pettersson och Nils Vinberg. Revisionsutskottet har under året haft tre protokollförda möten, vid vilka bolagets CFO och revisor också har deltagit.

ERSÄTTNINGSAUTSKOTT

Styrelsen har inom sig utsett ett ersättningsutskott med uppgift att, inom ramen för de riktlinjer för ersättning till ledande befattningshavare som fastställs på årsstämman, bereda frågor om ersättning till VD och övriga ledande befattningshavare. Ersättningsutskottet består av styrelseledamöterna Patrik Tillman, ordförande, Mia Arnhult och Elin Ryer. Ersättningsutskottet har under året haft två protokollförda möten.

REVISORER

Revisorerna utses av aktieägarna på årsstämman. Revisorerna granskar bolagets årsredovisning, koncernredovisning och räkenskaper samt styrelsens och VDs löpande förvaltning. Ernst&Young valdes till revisionsbolag vid årsstämman 2007 och omvaldes vid årsstämman 2016 för ytterligare ett år. Huvudansvarig revisor är Jonas Svensson. Den externa revisionen utförs enligt god revisionssed. Revisorerna har lämnat såväl muntliga som skriftliga rapporter till revisionsutskottet och styrelsen gällande såväl revisionsuppdraget som granskningen av den interna kontrollen.

ERSÄTTNING TILL REVISORER

För 2016 uppgick ersättningen till revisorerna avseende moderbolaget till 884 TSEK, varav 495 TSEK avsåg revisionsarbete. Motsvarande belopp för koncernen är 1 218 TSEK respektive 743 TSEK.

VERKSTÄLLANDE DIREKTÖR OCH KONCERNLEDNING

VD leder koncernen och dess verksamhet inom de ramar styrelsen beslutat. VD ansvarar för att hålla styrelsen informerad om bolagets utveckling och rapportera om väsentliga avvikelser från fastställda affärsplaner och om händelser som har stor inverkan på bolagets verksamhet, samt ta fram relevant beslutsunderlag till styrelsen exempelvis gällande etableringar, investeringar och övriga strategiskt viktiga frågeställningar. Koncernledningen, som leds av VD, består av chefer för väsentliga verksamhetsområden inom Odd Molly. Koncernledningen har månadsvisa möten där operativa frågeställningar behandlas. Dessutom utarbetar koncernledningen årligen en affärsplan som fastställs av styrelsen. Daglig kontakt mellan medlemmarna i koncernledningen är en förutsättning för en fungerande styrning och ledning.

Koncernledningen bestod den 31 december 2016 av Anna Attemark (VD), Jennie Högstedt Björk, Kent-Jonas Lundqvist, Johanna Palm, Kristin Roos och Linn Thor. För närmare presentation av koncernledningen se sidorna 72–73.

Styrelsens ordförande har årligen utvärderingssamtal med VD i enlighet med VD-instruktionen.

ERSÄTTNING TILL VD OCH LEDANDE BEFATTNINGSHAVARE

Grundlönen till verkställande direktören uppgick 2016 till 2 289 TSEK (2 160). Den verkställande direktören har rätt till en månatlig pensionsavsättning motsvarande 30 procent av lönen. Pensionskostnaderna 2016 uppgick till 648 TSEK (648). Villkor för ersättningspaket för verkställande direktören beslutas av styrelsen. Mellan företaget och verkställande direktören gäller en uppsägningstid om 12 månader vid uppsägning från styrelsen och 6 månader vid uppsägning från verkställande direktörens sida.

Med ledande befattningshavare avses de fem personer som tillsammans med verkställande direktören utgjorde koncernledningen under 2016. I maj utökades antalet ledande befattningshavare, då ansvarig för marknad och webb blev en del av ledningsgruppen. Dennes lön är medtagen från och med maj i den angivna lönesumman för 2016. Ny CFO tillträdde i april 2016. Under årets första månader fylldes positionen av en t.f. CFO på konsultbasis. Denna ersättning är inte medräknad i den angivna lönesumman för 2016. Grundlönen till ledande befattningshavare, exklusive VD, för 2016 uppgick till 5 095 TSEK (4 766). Odd Molly betalar pensionspre-

mier enligt avgiftsbestämd pensionsplan vilket motsvarar 16–23 procent av lönesumman. Pensionskostnader 2016 uppgick till 811 TSEK (903). Ledande befattningshavare har 3–6 månaders uppsägningstid.

Ersättningar till VD och övriga ledande befattningshavare har endast utgått i moderbolaget. Rörlig ersättning i form av bonus har kostnadsförts för VD Anna Attemark och vVD Jennie Högstedt Björk om totalt 1 314 TSEK.

INCITAMENTSPROGRAM

Inom Odd Molly fanns vid årets slut två utestående incitamentsprogram baserat på teckningsoptioner i Odd Molly Sverige AB.

Ett optionsprogram fastställdes vid årsstämman 2014 och innebär att 100 000 teckningsoptioner tillkom helägda dotterbolaget Odd Molly Sverige AB för vidare överlåtelse till vissa ledande befattningshavare.

Vid en extra bolagsstämma den 24 februari 2016 beslutades om ett nytt optionsprogram i anslutning till att ett tidigare incitamentsprogram riktat till VD och vice VD förföll. Stämman beslutade i enlighet med styrelsens förslag om ett incitamentsprogram baserat på teckningsoptioner i Odd Molly Sverige AB. Optionsprogrammet innebär att 300 000 teckningsoptioner tillkom Odd Molly Sverige för vidare överlåtelse till VD och vice VD.

INTERN KONTROLL

Styrelsen ansvarar för arbetet med bolagsstyrningen och den interna kontrollen. Det övergripande syftet är att skydda bolagets tillgångar och aktieägarnas investering. Styrelsen ansvarar också för att finansiell rapportering är upprättad i enlighet med gällande lag. Kvalitetssäkring av Odd Mollys finansiella rapportering sker genom att styrelsen behandlar samtliga kritiska redovisningsfrågor och de finansiella rapporter som bolaget lämnar. Det förutsätter att styrelsen behandlar frågor om intern kontroll, regelefterlevnad, väsentliga osäkerheter i redovisade värden, eventuella ej korrigerade felaktigheter, händelser efter balansdagen, ändringar i uppskattningar och bedömningar, eventuella konstaterade oegentligheter och andra förhållanden som påverkar de finansiella rapporternas kvalitet.

KONTROLLMILJÖ

En viktig del av den interna kontrollen är att utarbeta och fastställa ett antal grundläggande policies, riktlinjer och ramverk för bolagets ekonomirutiner och för den finansiella rapporteringen. Bolagets finanspolicy upprättades 2013 och fastställs årligen av styrelsen. Ekonomihandboken uppdateras löpande och är ett viktigt verktyg för att skapa grunden för en god intern kontroll av verksamheten. Uppföljning av verksamheten och omarbetning av dessa styrdokument sker löpande samt kommuniceras med samtliga berörda medarbetare. Styrelsen utvärderar löpande verksamhet och resultat genom ett ändamålsenligt rapportpaket innehållande resultat- och balansrapport och utveckling av nyckeltal samt annan väsentlig operationell och finansiell information.

Övriga av styrelsen fastställda policies och riktlinjer av betydelse för den interna kontrollen är kommunikationspolicy, IT-policy och jämställdhetspolicy. Därutöver beslutar VD om ekonomiska arbetsbeskrivningar, vilka finns tillgängliga för ekonomiavdelningen på bolagets server. Odd Molly arbetar enligt en affärsområdesbaserad organisationsstruktur där respektive affärsområde representeras i bolagets ledningsgrupp med ansvarar för arbetsresultatet inom affärsområdet. Samtliga affärsområden inom Odd Molly har samma struktur, ekonomisystem, kontoplan och policies vilket underlättar skapandet av ändamålsenliga rutiner och kontrollsystem.

RISKBEDÖMNINGAR

Odd Molly arbetar fortlöpande och aktivt med riskanalys, riskbedömning och riskhantering för att säkerställa att de risker som bolaget är utsatt för hanteras på ett ändamålsenligt sätt inom de ramar som fastställts. I riskbedömningen beaktas exempelvis bolagets administrativa rutiner avseende fakturering och orderhantering. Även balans- och resultatposter där risken för att väsentliga fel skulle kunna uppstå granskas kontinuerligt. Odd Molly arbetar bland annat med förskottsbetalning när kreditanalysen har ett negativt utfall eller för nya mindre kunder samt med aktiv kontroll av valutarisker.

KONTROLLAKTIVITETER

Kontrollstrukturer är utformade för att hantera de risker som styrelsen bedömer vara väsentliga för den interna kontrollen av den finansiella rapporteringen. Dessa kontrollstrukturer består dels av en organisation med tydlig ansvarsfördelning, dels av tydliga

rutiner och klara arbetsroller. Exempel på kontrollaktiviteter är bland annat rapportering av beslutsprocesser och beslutsordningar för väsentliga beslut (t.ex. nya stora kunder, investeringar, lager, avtal etc.) och även granskning av samtliga finansiella rapporter som presenteras.

I ekonomihandboken behandlas bland annat kontrollaktiviteter som avstämmningar, attestflöden, ekonomisystem och jämförelsemått. Attestinstruktionen uppdateras löpande. Utanordningsrätten behandlas också i denna. Godkännande krävs av minst två personer i förening från ekonomiavdelningen eller av VD och CFO.

INFORMATION OCH KOMMUNIKATION

Bolagets styrande dokumentation i form av policy, riktlinjer och manualer vad gäller intern och extern kommunikation hålls löpande uppdaterade och kommuniceras internt via relevanta kanaler, såsom interna möten och interna nyhetsmail. För kommunikation med externa parter gäller bolagets kommunikationspolicy, som anger riktlinjer för hur information ska lämnas. Syftet med policyn är att säkerställa att bolaget korrekt och fullständigt uppfyller sina informationsskyldigheter enligt gällande lagar och regler.

UPPFÖLJNING OCH ÖVERVAKNING

Uppföljning av att den interna kontrollen är ändamålsenlig sker löpande av styrelsen efter beredning av revisionsutskottet. Styrelsen ser till att bolagets revisorer översiktligt granskar den finansiella rapporten från det tredje kvartalet. Slutligen lämnar styrelsen en kortfattad rapport över hur den interna kontrollen genomförts under året. Styrelsen har hittills inte funnit anledning att inrätta en separat funktion för internrevision men utvärderar årligen eventuellt behov.

ODD MOLLY-AKTIE OCH ÄGARFÖRHÅLLANDEN

Information om Odd Mollys aktie och ägarförhållanden finns under avsnittet Odd Mollys aktie i årsredovisningen, sidorna 28–29 samt under avsnittet Odd Molly-aktien och ägarförhållanden i förvaltningsberättelsen.

Styrelsen, den 27 mars 2017

REVISORS YTTRANDE OM BOLAGSSTYRNINGSRAPPORTEN

TILL BOLAGSSTÄMMAN I ODD MOLLY INTERNATIONAL AB (PUBL), ORG NR 556627-6241

UPPDRAG OCH ANSVARSFÖRDELNING

Det är styrelsen som har ansvaret för bolagsstyrningsrapporten för år 2016 på sidorna 64 – 67 och för att den är upprättad i enlighet med årsredovisningslagen. Granskningens inriktning och omfattning

Vår granskning har skett enligt FARs uttalande RevU 16 Revisorns granskning av bolagsstyrningsrapporten. Detta innebär att vår granskning av bolagsstyrningsrapporten har en annan inriktning och en väsentligt mindre omfattning jämfört med den inriktning och omfattning som en revision enligt International Standards on Auditing och god revisionssed i Sverige har. Vi anser att denna granskning ger oss tillräcklig grund för våra uttalanden.

UTTALANDE

En bolagsstyrningsrapport har upprättats. Upplysningar i enlighet med 6 kap. 6 § andra stycket punkterna 2–6 årsredovisningslagen samt 7 kap. 31 § andra stycket samma lag är förenliga med årsredovisningen och koncernredovisningen samt är i överensstämmelse med årsredovisningslagen.

Stockholm den 27 mars 2017

Ernst & Young AB

*Jonas Svensson
Auktoriserad revisor*



STYRELSE OCH REVISORER

PATRIK TILLMAN

Född 1965

Styrelseordförande sedan 2013,
styrelseledamot sedan 2004.

Utbildning: Civilekonom, Stockholms
universitet, Diplomerad Finansanalytiker,
IFL Sigtuna.

Andra uppdrag: VD och partner i Lenner &
Partners Corporate Finance AB. Styrelseleda-
mot i Lenner & Partners Corporate Finance AB
med dotterbolag, Indiska Magasinet AB med
dotterbolag, Kattvik Financial Services AB
med dotterbolag, PFG Group AB, Singbox AB
samt This is SMS Sweden AB.

Bakgrund: Tidigare finansanalytiker på Alfred
Berg Fondkommission AB, lång erfarenhet
från detaljhandel via arbete bland annat som
franchisetagare inom Indiska Magasinet AB.

Innehav: Via bolag 1 049 763 aktier samt via
närstående 9 000 aktier.*

Anses som oberoende till bolaget och bolags-
ledningen, men inte till dess större ägare.

MIA ARNHULT

Född 1969

Styrelseledamot sedan 2008.

Utbildning: Civilekonom.

Andra uppdrag: VD och styrelseledamot i
M2 Gruppen AB samt VD i Locellus AB och
Arnhult Invest AB. Styrelseordförande Devyser
Holding AB och Devyser AB. Styrelseledamot
i Bactiguard Holding AB, M2 Capital Mana-
gement AB, Footway Group AB, Suburban
Properties AB och Lidingöloppet.

Bakgrund: Tidigare CFO på Corem Property
Group AB och M2 Gruppen. Flerårig erfarenhet
som revisor på bland annat Lindebergs Grant
Thornton.

Innehav: Via bolag 1 187 486 aktier.*

Anses som oberoende till bolaget och bolags-
ledningen, men inte till dess större ägare.*

LENNART BJÖRK

Född 1942

Styrelseledamot sedan 2012.

Utbildning: Elektroingenjör STI i Stockholm,
studier i marknadsföring vid The London
School of Foreign Trade.

Andra uppdrag: Ordförande i HEA Property
Partner AB och New Moon AB.

Bakgrund: VD i Gant Company och
styrelseordförande i Gant Company.

Innehav: Via bolag 614 173 aktier.*

Anses som oberoende till bolaget och bolags-
ledningen, men inte till dess större ägare.

KIA ORBACK PETTERSSON

Född 1959

Styrelseledamot sedan 2013.

Utbildning: Civilekonom, Lunds universitet.

Andra uppdrag: Partner i Konceptverkstan
AB. Styrelseordförande i Teracom AB och
Riksdalen AB. Styrelseledamot i JM AB,
Kungsleden AB, Visual Art AB.

Bakgrund: Ledande befattningar inom
detaljhandel, media och fastigheter, bland
annat som VD för Sturegallerian, vVD i
Guldfynd/Hallbergs och marknadsdirektör på
Dagens Nyheter.

Innehav: 5 400 aktier via närstående.*

Anses som oberoende till bolaget,
bolagsledningen och dess större ägare.

ELIN RYER

Född 1979

Styrelseledamot sedan 2015.

Utbildning: IHM Business School och en
fil. mag. i konsthistoria från Stockholms
universitet samt Haverford College and
BrynMawr College, i Pennsylvania USA.

Andra uppdrag: Ansvarig för onlinetjänsten
Used By.

Bakgrund: Gedigen erfarenhet av varumärkes-
frågor från bland annat Svenskt Tenn, Cantor
Fitzgerald Gallery, Stockholms Auktionsverk
och Brandit. En av Dr Anders Walls stipen-
diater med bland annat placering på Svenska
Handelskammaren i London år 2002.

Innehav: 2 000 aktier.*

Anses som oberoende till bolaget och bolags-
ledningen, men inte till dess större ägare.

NILS VINBERG

Född 1957

Styrelseledamot sedan 2009.

Utbildning: Civilekonom från
Handelshögskolan i Stockholm.

Andra uppdrag: Styrelseordförande i Carpet-
vista Group AB, Elevenate AB och Vinberg
Management AB. Styrelseledamot i Lexington
Company AB.

Bakgrund: Tidigare styrelseordförande och
VD i Björn Borg AB, styrelseordförande i
Eton AB, CFO på Worldwide Brand
Management (WBM) AB.

Innehav: 0 aktier.*

Anses som oberoende till bolaget,
bolagsledningen och dess större ägare.

HUVUDANSVARIG REVISOR

Jonas Svensson, född 1968.

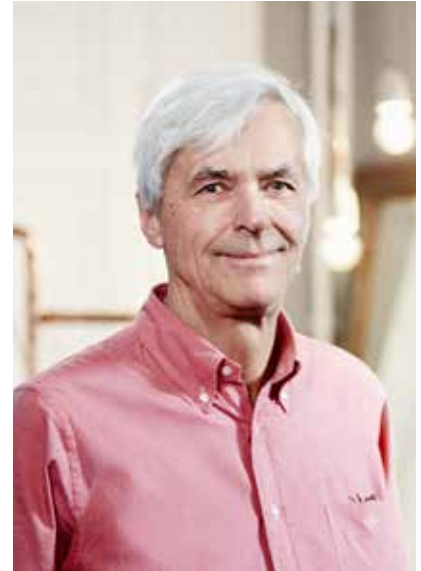
Auktoriserad revisor, Ernst & Young AB.



Patrik Tillman



Mia Arnhult



Lennart Björk



Kia Orback Pettersson



Elin Ryer



Nils Vinberg

LEDANDE BEFATTNINGSHAVARE

ANNA ATTEMARK

Född 1968

VD sedan 2011.

Utbildning: Civilekonom från Handelshögskolan i Stockholm.

Bakgrund: Har lång och gedigen erfarenhet från detaljhandeln. Startade sin karriär på Björn Borg. Anna började 1994 arbeta på H&M och har arbetat i flera olika befattningar, bland annat som sektionschef, divisionschef, operativ designchef, inköpschef samt utvecklingschef för H&Ms inköpsorganisation.

Innehav: 4 872 aktier, 150 000 teckningsoptioner och 400 aktier via närstående.*

JENNIE HÖGSTEDT BJÖRK

Född 1975

Sortimentschef och vice VD sedan 2011.

Utbildning: Civilekonom från Stockholms universitet.

Bakgrund: Har tidigare arbetat på H&M och har bakgrund som business controller, sektionschef, divisionschef samt som onlineansvarig på inköp.

Innehav: 8 000 aktier, 150 000 teckningsoptioner och 21 950 aktier via närstående.*

KENT-JONAS LUNDQVIST

Född 1972

Global Sales Director sedan juni 2013.

Utbildning: IHM Business School.

Bakgrund: Har lång erfarenhet av modeindustrin och där främst inom försäljning av varumärken till både grossist- och detaljhandel. Tidigare olika positioner för Levi Strauss & Co. såsom Sales Manager för Sverige och Finland, Sales Manager för Norden och Area Account Manager för Göteborg och Stockholm.

Innehav: 10 000 teckningsoptioner.*

JOHANNA PALM

Född 1977

CFO sedan 2016.

Utbildning: Civilekonom från Handelshögskolan i Stockholm.

Bakgrund: Erfarenhet från ett flertal konsumentinriktade globala företag. Hon har innehaft ett flertal ledande funktioner inom ekonomi och finans på Oriflame de senaste åtta åren och kommer närmast från rollen som VP Finance Commercial Division och innan dess var hon IR-chef. Dessförinnan controllerchef på McDonalds Sverige och trainee på Carlsberg.

Innehav: 0 aktier.

KRISTIN ROOS

Född 1964

Product Manager sedan oktober 2008.

Utbildning: "Formgivare för textilindustrin" från Lennings Textiltekniska Institut samt Stockholms Tillskärarakademi.

Bakgrund: Lång erfarenhet från textilbranschen såsom produktionschef på J.Lindeberg, dessförinnan inköpare/produktionschef Peak Performance och mönsterkonstruktör/inköpare Marc O'Polo.

Innehav: 1 000 aktier samt 15 000 teckningsoptioner.*

LINN THOR

Född 1985

Marknadschef och försäljningschef online sedan maj 2016.

Utbildning: Filkand. Service Management med inriktning Retail, Lunds universitet.

Bakgrund: Bakgrund inom retail med 5 års butikserfarenhet från tiden före och under studierna. Efter sin utbildning arbetade hon som projektledare på en av Sveriges största eventbyråer (Eventyr) med ansvar för event och konferensresor till företag. Från 2012 på Odd Mollys e-handel och sedan 2014 ansvarig för onlineförsäljningen. Sedan i maj 2016 även marknadschef.

Innehav: 0 aktier.

* Per den 1 februari 2017



Från vänster: Linn Thor, Jennie Högstedt Björk, Kristin Roos, Anna Attemark, Johanna Palm och Kent-Jonas Lundqvist



DEFINITIONER

ÅTERFÖRSÄLJARE

Odd Mollys återförsäljare består av allt från små nischade butiker till välrenommerade varuhus i ett trettiotal länder runt om i världen. Återförsäljaren är avtalspart gentemot Odd Molly, förutom där bolaget undantagsvis representeras av en distributör. Bolagets försäljning till återförsäljare benämns grossistförsäljning eller "wholesale".

AGENT

Agenten har exklusiv rätt att sälja Odd Mollys sortiment på en geografiskt avgränsad marknad till externa återförsäljare. Som stöd i sitt försäljningsarbete får agenten information om aktuella kollektioner och till sitt förfogande en uppsydd provkollektion samt marknadsföringsmaterial. Agenten erhåller provision på sin försäljning. Försäljning via agent ger låg risk då orderläggningen är bindande. Samtidigt innebär modellen en begränsad möjlighet för Odd Molly att driva på försäljningen gentemot återförsäljaren. I Skandinavien har Odd Molly numera inga agenter utan ansvarar själv för försäljningsarbetet gentemot återförsäljare.

DISTRIBUTÖR

Distributören har i stort sett samma roll som en agent, med den stora skillnaden att distributören själv köper in varor, och tar därmed risken för lager och försäljning, till ett rabatterat pris. Med den lägre risk det innebär att närvara på en marknad via distributör följer också en lägre marginal och mindre kontroll över återförsäljarledet.

EGNA FÖRSÄLJNINGSKANALER

Odd Molly driver egen försäljning i fristående butiker, webbshop, outlets och shop-in-shops. I outletbutikerna erbjuder Odd Molly sortiment från tidigare säsonger samt vissa provkollektioner. En shop-in-shop är en avgränsad försäljningsyta på exempelvis ett varuhus där Odd Molly har egen inredning och egen personal och kassaredovisning. Genom egna försäljningskanaler får Odd Molly, förutom intäktsmöjligheter, större kontroll över hela värdekedjan och bättre förutsättningar att driva försäljning utifrån efterfrågan. Samtidigt står Odd Molly risken i varulager och kostnader för egen personal.

PARTNER

Odd Molly ger en extern aktör rätten att driva försäljning i Odd Mollys namn på ett specifikt geografiskt område och i överenskomna försäljningskanaler inklusive Odd Molly-butiker som drivs av denna aktör.

LEVERANTÖR

Odd Molly har ingen egen produktion utan kontrakterar ett urval leverantörer i Asien och Europa.

AVKASTNING PÅ EGET KAPITAL

Resultat efter skatt i procent av genomsnittligt justerat eget kapital.

AVKASTNING PÅ SYSSELSATT KAPITAL

Resultat efter finansiella poster med återläggning av räntekostnader dividerat med genomsnittligt sysselsatt kapital.

BRUTTOVINSTMARGINAL

Nettoomsättningen minus kostnad för sålda varor i förhållande till nettoomsättningen.

EGET KAPITAL

Redovisat eget kapital.

EGET KAPITAL PER AKTIE

Eget kapital per balansdagen dividerat med antal aktier vid periodens utgång.

NETTOMARGINAL

Resultat efter finansiella poster i procent av total nettoomsättning.

RESULTAT PER AKTIE

Periodens resultat efter skatt dividerat med vägt genomsnitt av antal aktier under perioden.

RÖRELSEMARGINAL (EBIT)

Rörelseresultat dividerat med total nettoomsättning.

SOLIDITET

Eget kapital dividerat med balansomslutningen.

SYSSELSATT KAPITAL

Eget kapital plus räntebärande skulder. Genomsnitt beräknat som ingående plus utgående sysselsatt kapital dividerat med två.

VINSTMARGINAL

Resultat före skatt dividerat med total nettoomsättning.

INFORMATION TILL AKTIEÄGARNA

ÅRSSTÄMMA

Årsstämma i Odd Molly äger rum torsdagen den 11 maj 2017 kl 14.00, i bolagets showroom på Karlavägen 73 i Stockholm.

ANMÄLAN

Aktieägare som vill delta i årsstämman ska

- Dels vara införda i den av Euroclear Sweden AB förda aktieboken torsdagen den 5 maj 2017;
- Dels senast torsdagen den 5 maj 2017 kl 16.00 anmäla sitt deltagande hos bolaget under adress:

Odd Molly International AB
Attention: Bolagsstämma
Kornhamnstorg 6
S-111 27 Stockholm

eller via e-post: bolagsstamma@oddmolly.com

Vid anmälan ska uppges namn, person-/organisationsnummer, aktieinnehav, adress, telefonnummer dagtid och uppgift om eventuella biträden samt i förekommande fall uppgift om ställföreträdare. Till anmälan ska därtill i förekommande fall bifogas fullständiga behörighetshandlingar såsom registreringsbevis eller motsvarande.

FÖRVALTARREGISTRERADE AKTIER

Aktieägare, som låtit förvaltarregistrera sina aktier hos bank eller annan förvaltare, måste, för att äga rätt att delta i årsstämman, tillfälligt inregistrera sina aktier i eget namn hos Euroclear Sweden AB. Aktieägare som önskar sådan omregistrering måste underrätta sin förvaltare om detta i god tid före torsdagen den 5 maj 2017, då sådan omregistrering ska vara verkställd.

UTDELNING

Styrelsen i Odd Molly kommer att föreslå årsstämman att en utdelning om 1 kronor lämnas för räkenskapsåret 2016. För räkenskapsåret 2015 lämnades en utdelning om 1,50 kronor. Styrelsen avser att årligen pröva om det finns möjlighet att lämna utdelning och styrelsen är av den uppfattningen att likviditet som inte behövs i verksamheten ska delas ut till aktieägarna. Styrelsens mål är att årligen föreslå att bolagsstämman beslutar om utdelning motsvarande minst 40 procent av bolagets vinst till aktieägarna. Styrelsen kommer innan ett sådant förslag lämnas överväga om det finns möjlighet att lämna utdelning i denna storleksordning.

I övervägandet kommer styrelsen att beakta flera faktorer, bland annat bolagets verksamhet, rörelseresultat och finansiella ställning, aktuellt och förväntat likviditetsbehov, expansionsplaner och andra väsentliga faktorer.

KOMMANDE INFORMATIONSTILLFÄLLEN

- Delårsrapport för det första kvartalet, januari – mars 2017, avges 11 maj 2017.
- Årsstämma 2017 hålls i Stockholm den 11 maj 2017.
- Delårsrapport för det andra kvartalet, april – juni 2017, avges den 16 augusti 2017.
- Delårsrapport för det tredje kvartalet, juli – september 2017, avges den 24 oktober 2017.

Odd Molly strävar alltid efter att stärka och uppmuntra unga, självständiga tjejer som vågar gå sin egen väg. Därför är vårkollektionen 2017, Real is Amazing, inspirerad av sångerskan och låtskrivaren Alexandra Saidac, mer känd som Saie Saie. Hon är en fin förebild och en fantastisk inspirationskälla till kollektionen, vars design uttrycker självförtroende och kvinnlighet med en bohemisk känsla. Influenser har även hämtats ifrån Topanga Valleys vackra natur och Saie Saies stora passion för att rädda vildhästar. Genom sin musik vill hon inspirera, ge glädje och få andra att må bra.



