



Odd Molly rapporterar minskat ordervärde – fokuserar verksamheten

Ordervärdet på Odd Mollys nyligen avslutade införsäljning av vår- och sommarkollektionerna 2012 uppgår till cirka 114 MSEK, vilket är en minskning med 31 procent jämfört med motsvarande kollektioner 2011. Odd Molly genomför nu ett antal åtgärder för att fullt ut fokusera på att utveckla kärnverksamheten och bolagets huvudmarknader. Bland annat avvecklas den egna konceptbutiken i USA och satsningen på herrkollektionen Post fire dew avbryts, vilket sammantaget förväntas ge kostnadsbesparingar om cirka 10 MSEK på årsbasis.

Som kommunicerades i Odd Mollys senaste delårsrapport har ett arbete inletts för att stärka förutsättningarna för långsiktigt hållbar tillväxt, bland annat med en översyn av kollektionssammansättningen samt fokus på bolagets närmaste och största marknader. I dagarna påbörjades sammanställningen av ordervärdet för vår- och sommarkollektionerna 2012, som blev lägre än förväntat.

En mycket svag konsumtionsbenägenhet på flera av våra viktigaste marknader under perioden har påverkat försäljningen hos våra återförsäljare negativt och det osäkra ekonomiska läget har medfört att den nu avslutade orderläggningen blivit betydligt mer försiktig. Vi fokuserar nu fullt ut på vårt huvudsegment och samlar alla resurser till utvecklingen av damkollektionen och försäljningen av denna till de marknader där vi har störst potential till stark framtida utveckling, säger Christina Tillman, VD i Odd Molly.

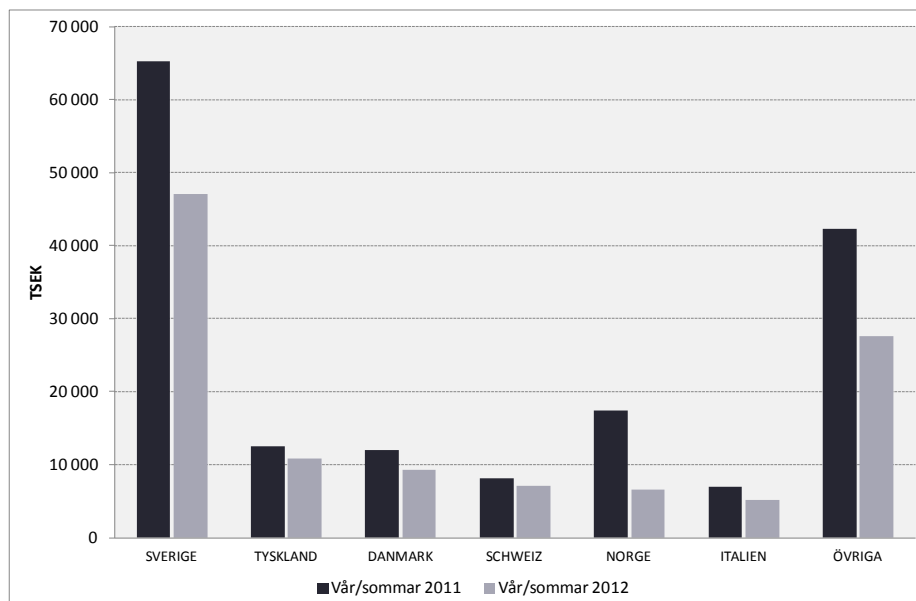
Fokus på dam och största marknaderna

Ordervärdet för vår- och sommarkollektionerna 2012 uppgår till cirka 114 MSEK, jämfört med ett ordervärde på cirka 165 MSEK för motsvarande kollektioner 2011, vilket är en minskning med 31 procent. I ordervärdet ingår order från externa återförsäljare samt order till de egna butikerna i Stockholm och Köpenhamn. Rensat för negativa valutaeffekter var ordervärdet cirka 116 MSEK.

Odd Mollys försäljning i USA har inte nått önskade nivåer, vilket tidigare kommunicerats. Som ett led i att stärka förutsättningarna för hållbar tillväxt kommer den egna verksamheten i USA omstruktureras och butiken i Los Angeles att stängas från och med oktober. Vidare har den separata herrkollektionen Post fire dew inte nått de mål som var uppsatta, varför denna satsning nu avbryts efter fjärde säsongen.

– Vi vidtar nu tydliga och direkta åtgärder för att forma rätt erbjudande till våra kunder runt om i världen, och jag är övertygad om att ett mer fokuserat Odd Molly är en bättre plattform att agera utifrån, fortsätter Christina Tillman.

Den årliga kostnadsbesparingen till följd av besluten kring Post fire dew och Los Angeles-butiken beräknas uppgå till drygt 7 MSEK 2012 och knappt 10 MSEK 2013 och effekten på resultatet, allt annat lika, till drygt 5 MSEK 2012 och knappt 7 MSEK för 2013.



Ordervärde per land av vår- och sommarkollektionerna 2012 jämfört med ordervärde för motsvarande kollektioner 2011.

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

För ytterligare information, vänligen kontakta:

Christina Tillman, VD Odd Molly, telefon: 08-522 28 502 eller mobil: 0733-10 60 00

Informationen i detta pressmeddelande är sådan information som Odd Molly International AB skall offentliggöra i enlighet med lagen om värdepappersmarknaden och/eller lagen om handel med finansiella instrument. Informationen lämnades för offentliggörande den 30 september 2011 CET 08:00.

Om Odd Molly

Odd Molly är ett svenskt bolag som designar, marknadsför och säljer mode. Odd Mollys produkter säljs genom cirka 1 300 externa återförsäljare i cirka 35 länder runt om i världen. Därutöver har Odd Molly idag fem egna butiker i Stockholm, Kungsbacka, Barkarby, Los Angeles och Köpenhamn. Odd Molly har 57 anställda. Bolagets lönsamma tillväxt bygger på kreativ design, konsekvent varumärkesarbete och en affärsmodell som möjliggör expansion med begränsat kapitalbehov och låg lagerrisk. Odd Mollys aktie handlas sedan den 21 juni 2010 på NASDAQ OMX Stockholm.

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

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