



ODD MOLLY

ÅRSREDOVISNING 2017

2	Odd Molly 2017
4	Finansiell översikt
6	VD-ord
8	Mål och strategisk inriktning
10	Affärsmodell
16	Odd Mollys verksamhet
22	Odd Mollys ansvar
<hr/>	
32	Odd Mollys aktie
34	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

**We need to transform,  
not just change.  
And dare to be brilliant.**





# ODD MOLLY 2017

## 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 i egna försäljningskanaler och via externa återförsäljare runt om i världen. Vid 2017 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. 2017 såldes Odd Mollys kläder i ett fjrtiotal länder.

## FINANSIELL HISTORIK

	2017	2016	2015	2014	2013
Total nettoomsättning, MSEK	432,1	423,2	345,3	295,0	228,7
Rörelseresultat, EBIT, MSEK	-4,5	24,5	12,5	5,5	-24,1
Rörelsemarginal, EBIT, %	-1,0	5,8	3,6	1,9	-10,5
Avkastning på sysselsatt kapital, %	-3,0	21,6	14,1	6,6	-24,4
Avkastning på eget kapital, %	-6,4	17,8	10,7	4,7	-20,1
Soliditet, %	50,1	54,7	62,1	64,9	64,9
Eget kapital per aktie, SEK	15,82	18,38	16,19	15,62	14,43
Resultat per aktie, SEK	-1,09	3,08	1,70	0,71	-3,38
Utdelning per aktie, SEK	0,00*	1,00	1,50	1,00	0,00
Genomsnittligt antal anställda	102	94	75	70	56
Nettoomsättning / anställd, TSEK	4 236	4 495	4 455	4 191	4 070
Antal egna butiker	18	18	13	8	6

\* Föreslagen utdelning

## EN UTMANANDE MARKNAD OCH VÄXANDE WEBB

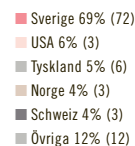
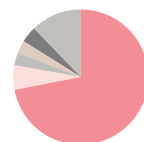
Under 2017 ökade Odd Molly omsättningen med 2 procent främst genom ökad försäljning i egna kanaler; drivet av webbshopens tillväxt. Den totala nettoomsättningen uppgick till 432,1 MSEK jämfört med 423,2 MSEK året innan, relativt jämnt fördelad mellan retail- och wholesalesegmentet.

Samtidigt genomfördes fortsatta satsningar i butiker; affärsutveckling och ökad digital närvaro för att möta ett förändrat konsumentbeteende. Bruttovinstmarginalen uppgick till 53,9 procent jämfört med 55,6 procent året innan, en minskning främst förklarad av en högre andel av försäljningen under rea eller kampanj. Rörelseresultatet minskade till -4,5 MSEK (24,5). Justerat för kostnader om 4,8 MSEK, kopplat till avslut och utköp av agenter samt organisationsförändring, rapporterade Odd Molly ett svagt positivt rörelseresultat. Resultat efter skatt uppgick till -6,3 MSEK (17,7) och resultat per aktie var -1,09 SEK (3,08).

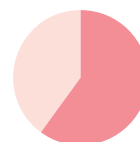
En skidkollektion och strumpor lanserades under året för att stärka Odd Molly som livsstilskoncept och för att nå nya kunder och nya distributionskanaler. Två nya partnerägda Odd Molly-butiker öppnade under året i USA. Under året utvecklades också bolagets sortimentsstrategi för att bättre möta morgondagens konsumenter och deras köpmönster.

Styrelsen föreslår årsstämman att ingen utdelning lämnas för räkenskapsåret 2017. För räkenskapsåret 2016 lämnades en utdelning om 1,00 SEK per aktie.

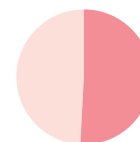
### FÖRSÄLJNING PER LAND



### FÖRSÄLJNING PER KANAL



### FÖRSÄLJNING PER SEGMENT



*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.*



# FINANSIELL ÖVERSIKT

## SEGMENT

Odd Molly redovisar intäkter och rörelseresultat för tre segment; grossistverksamhet, detaljhandelsverksamhet och koncerngemensamma kostnader. Rörelseresultatet för respektive segment belastas av för segmentet direkta kostnader. Kostnader som inte är direkt hänförliga till grossist- eller detaljhandelsverksamheten redovisas i segmentet koncerngemensamma kostnader.

## GROSSIST

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

## DETALJHANDEL

- Butiker som drivs av Odd Molly som fristående butiker; outlets, butiker, köpcentra och varuhus
- Finns i Sverige, Norge, Finland
- Webbshop

TSEK

## Grossistverksamhet

	2017	2016
Intäkter	210 968	228 022
Rörelseresultat	34 458	53 435

## Detaljhandelsverksamhet

	2017	2016
Intäkter	221 150	195 142
Rörelseresultat	30 972	42 717

## Koncerngemensamma kostnader

	2017	2016
Rörelseresultat	-69 910	-71 634

## BRANSCHEN FÖRÄNDRAS – OCH ODD MOLLY MED DEN

2012

Designdrivet

100% grossisthandel

Leveranser 6 gånger/år

10% försäljning i digitala kanaler

2017

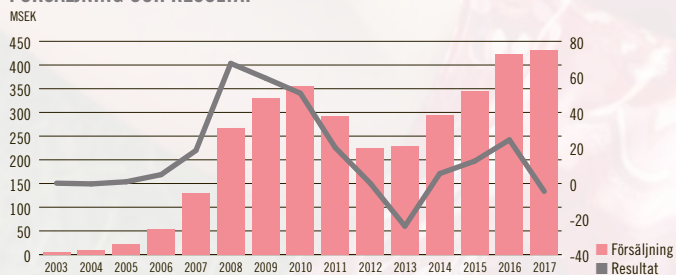
Kundfokus

50% egen detaljhandel och 50% grossisthandel

Nyheter varje vecka

40% försäljning i digitala kanaler

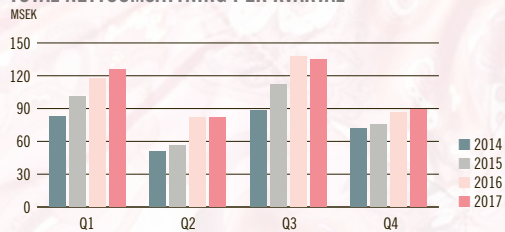
## FÖRSÄLNING OCH RESULTAT



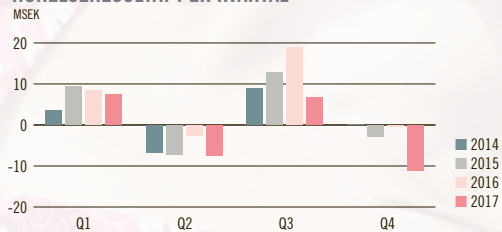
## ÖKAD ANDEL EGEN RETAIL



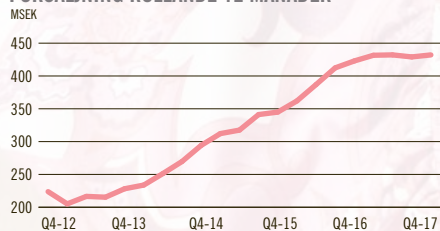
## TOTAL NETTOOMSÄTTNING PER KVARTAL



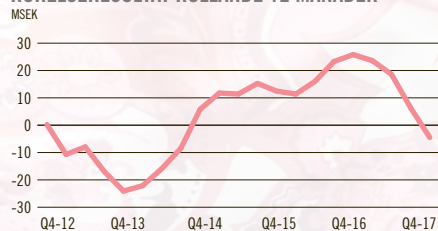
## RÖRELSERESULTAT PER KVARTAL



## FÖRSÄLNING RULLANDE 12 MÅNADER



## RÖRELSERESULTAT RULLANDE 12 MÅNADER



# – Webben driver på förändringsresan

*Efter flera års positiv utveckling blev 2017 ett tuffare år. Branschen är i stor omvandling, marknaden blir alltmer rea- och kampanjdriven och det påverkar lönsamheten. Men det är inte bara moln på himlen. Odd Molly nådde en ny rekordomsättning för helåret, drivet av online-kanalerna som svarade för 40 procent av försäljningen – att jämföra med 10 procent för bara fem år sedan. Det är något vi är stolta över och kommer att fortsätta bygga framgång på.*

*Det gäller att hålla i hatten när det blåser, och det är betydligt lättare att stå stark i motvinden om man har en genuin kärna – och det har Odd Molly. Vi har ett tydligt DNA och starka värderingar som formar kulturen kring Molly. På många sätt har vi därför en bra utgångspunkt; vi är ett varumärkesföretag med ett engagerat team och ett eget starkt livsstilskoncept som kan erbjudas i alla kanaler. Utmaningarna består i en bransch under stor transformation – det gäller att fokusera på de förändringar som leder till långsiktig tillväxt.*

### EN BRANSCH I FÖRÄNDRING MEDFÖR MÖJLIGHETER FÖR OSS

*Under de senaste fem åren har vi genomfört stora förändringar – där den kanske största är skiftet i kanalmix och vår framgångsrika satsning på e-handel. Vi har en lönsam egen webbshop med stark tillväxt som fungerar mycket väl för att möta nya köpmönster. Försäljningen i våra egna kanaler (butiker och e-handel) växte sammantaget med 13 procent för helåret, medan koncernens totala tillväxt var 2 procent. 2012 sålde vi cirka 10 procent på nätet, när vi stängde 2017 var den andelen 40 procent via den egna webbshopen och e-handelsäterförsäljare. Vi har på ett fantastiskt sätt utvecklats med kunden, förstärkt vår kompetens och dragit nytta av nära samarbeten.*

*Ändå blev 2017 ett tufft år för Odd Molly. En av mina käpphästar är ”satsar man inget, händer inget”. Visst satsade vi under året, vi genomförde förändringar i både agentled och i organisation samt arbetade fram en ny sortimentsstrategi. Förändringar vi tror på, men som i en marknad i snabb förändring ännu inte visat*

*resultat. Den sortimentsstrategi vi arbetat fram under året når ut på marknaden på ett mer genomgripande sätt under våren. Strategin medför ett skifte där vi kompletterar traditionella kollektioner med mindre, conceptburna släpp, för att möta den ökade efterfrågan på nyhetsvärde.*

*Den rea- och kampanjdrivna marknaden vi möter är en utmaning i sig, inte minst under andra halvan av det gångna året då bruttomarginalen påverkades kraftigt negativt. Trots att kunden är mycket fokuserad på att hitta bra erbjudanden strävar vi efter att minska rabatterna totalt med ett frekvent flöde av nyheter och en förändring av sortimentsarbetet.*

### UTMANINGAR OCH POTENTIAL I FLERA KANALER

*Vi tror på webben, och vi ska satsa ännu mer på webben, som är den stora tillväxtpotentialen i vår bransch. Vi ser dock fördelar i att erbjuda kunden flera kanaler. Vår digitala och fysiska närvaro stärker varandra och för att långsiktigt vidmakthålla ett starkt varumärke behöver vi finnas i flera – och rätt – kanaler. Odd Mollys fysiska butiker är ett sätt att få en känsla för varumärket och skapa lojalitet. Butikerna kan vara kostsamma, men vi ser positiva effekter av fysisk närvaro som stärker vår tes om att flerkanalserbjudandet är en långsiktigt lönsam modell. Vi menar att butikerna är en del i förklaringen till vår positiva webb-försäljning. Självklart utvärderar vi löpande vilka satsningar som ger önskad effekt, och om vi har butiker som inte är försvarbara ur ett lönsamhetsperspektiv – då ska vi fatta nya beslut.*





*Odd Molly har alltid strävat efter lönsam tillväxt och vårt sätt att arbeta med webben är inget undantag. Vi har ett tajt team, vi gör alla produktfotograferingar inhouse och satsar mycket på den egna kundtjänsten. Vi är stolta över att ha en stark kundrelation. Vår lojala kundbas är kanske den viktigaste konkurrensfördelen vi har, tillsammans med vårt tydliga stilkoncept och förmågan att kunna leverera i alla kanaler. Här ser vi att vi kan bli ännu mer framgångsrika genom att arbeta mer med dataanalys och kundsegmentering.*

*Vår stora potential är såklart fler kunder – på väl valda marknader utanför Norden. Sverige stod för cirka 70 procent av försäljningen förra året. Vi börjar se positiva tendenser på andra marknader men vi behöver större fokus och mer muskler för att nå ut i än större utsträckning. Vi laddar nu för en mer fokuserad internationell expansion. När vi visar vårt koncept på den interna-*

*tionella scenen får vi mycket uppmärksamhet och positivt gensvar, varumärket och konceptet är verkligen tydligt och starkt. Vi tror på potentialen och vet vad vi vill göra.*

#### **MED WEBBEN I RYGGEN OCH BLICKEN FRAMÅT**

*Vi har satsat stort på vår digitala närvaro, en satsning vi ser fram emot att ytterligare växla upp. Med en stark digital plattform och ett tydligt varumärke har vi god potential att öka tillväxten, inte minst utanför Sverige. Det arbete vi påbörjat med en ny sortimentstrategi och möjligheter till mer avancerad dataanalys ger förutsättningar att öka vår försäljning på nätet och minska rabatter. Det är med stort vemod, men stark tilltro till en fortsatt spännande resa för bolaget, jag lämnar Odd Molly senare under året.*

*Anna Attemark, VD*

## MÅL OCH STRATEGISK INRIKTNING

### VÅR AFFÄRSIDÉ

*Odd Mollys affärsidé är att designa, marknadsföra och sälja mode och andra livsstilsprodukter i egna butiker, egen webshop 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

TILLVÄXTAKT ÖVERSTIGANDE I GENOMSNITT  
20% PER ÅR

20%

ÖVER EN KONJUNKTURCYKEL SÄKERSTÄLLA EN  
RÖRELSEMARGINAL (EBIT) ÖVER 12%

12%

EN SOLIDITET SOM ÖVER TIDEN SKA HÅLLAS PÅ  
MINST 40%

40%



## 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.

•

Odd Molly fortsatte under året lansera produktkategorier som kompletterar bolagets klädkollektioner i linje med Odd Mollys livsstilskoncept. En helt ny produktgrupp var strumpor och både underkläder och bad presenterade nya produktlinjer under våren. Under hösten lanserades Odd Mollys första skidkollektion, med funktionella och feminina plagg i form av underställ, mellanlager, ytterkläder och accessoarer.

•

Under året omarbetades Odd Mollys sortimentstrategi med målet att optimera erbjudandet till förändrade konsumentbeteenden och ökad e-handel. Odd Molly kommer framöver att arbeta med mindre huvudkollektioner och fler specialkollektioner anpassade till olika kanalers förutsättningar.

### KANALER

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

•

Den egna retailförsäljningen fortsatte utvecklas positivt och visade en tillväxt på 13 procent för helåret, drivet huvudsakligen av den egna webbshopen men också genom fler antal butiker än året innan. Samtidigt minskade grossistförsäljningen med 7 procent, där flera återförsäljare haft svårt att följa med i skiftet på marknaden medan de externa e-handelsåterförsäljarna ökade sina order. Odd Mollys partner i USA öppnade två butiker i Colorado under första halvåret. Under året genererades 40 procent av Odd Mollys totala försäljning online, inklusive digitala återförsäljare.

### 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.

•

Den svenska marknaden, där Odd Molly har ett eget försäljningsteam, utvecklades fortsatt positivt och stod för cirka 70 procent av koncernens försäljning. Webbshopen och digitala återförsäljare växte starkast under året och Odd Molly fortsätter att investera i sin digitala plattform. Under hösten utsågs nya agenter i flera nyckelmarknader i Europa; Tyskland, Frankrike och Österrike samt en ny säljare i Storbritannien. Potentialen i Europa, USA och Asien är fortsatt stor.

### 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.

•

Odd Mollys försäljningsorganisation anpassades under året till att bättre möta bolagets tillväxtstrategi, där exempelvis en tjänst med specialfokus på internationell expansion tillsattes. En rad andra anpassningar av organisationen genomfördes med syfte att optimera processer och öka effektiviteten.

•

Bolagets hållbarhetsarbete utvecklades vidare, bland annat med implementation av tydliga indikatorer att mäta arbetet emot, och nytt samarbete med konsulter inom hållbara material.

# AFFÄRSMODELL

## VÅR AFFÄRSMODELL

Odd Molly säljer sina produkter dels via externa återförsäljare runt om i världen, dels genom egen försäljning till konsument i form av fysiska butiker, webbshop och outlets samt shop-in-shops. Det senaste året var försäljningen mellan grossistverksamheten och detaljhandelsverksamheten jämnt fördelad.

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 partnern driver Odd Molly-butiker.

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 rätt att sälja Odd Mollys sortiment på en geografiskt avgränsad marknad. Odd Molly ser löpande över sina samarbetspartner vad gäller varumärkesrelevans och försäljningsutveckling, och genomförde under året ett antal agentbyten.

Odd Mollys tydliga stilkoncept möjliggör kollektioner som överlever trender och kortsiktiga modeinfluenser. En Odd Molly-kund kan känna sig trygg i att plaggen har hög kvalitet och räcker länge – både i modebilden och som material.

## VÅR STORY

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 – uppmantrar 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.

## FRAMGÅNGSFAKTORER

1. Flexibel affärsmodell för att nå kunden där kunden är – flera vägar till lönsam tillväxt. Rätt modell på rätt marknad.
2. Tydligt kundfokus och balanserad prismix.
3. Livsstilskoncept – möjliggör breddat erbjudande, ny distribution och hållbar användning.
4. Sortiment av hög kvalitet med balans och ständigt nyhetsflöde.
5. Omni-kanalerbjudande med ett skalbart koncept i alla kanaler.





# ODD MOLLYS FRAMGÅNG PÅ WEBBEN

## ATT FÅNGA KUNDEN I OCH PÅ NÄTET

2017 var ett år då branschen svängde ännu tydligare mot digital handel och Odd Molly, som var relativt tidigt ute med egen webshop, visade stark tillväxt på webben, både i egna kanaler och hos e-handelsåterförsäljarna. Gemensamt för både den digitala och fysiska närvaron är att ge en så enhetlig kundupplevelse som möjligt. Under året arbetade webb-teamet både för att nå kortsiktiga försäljningsmål, skapa mer digital kunskap och fortsätta säkra teknisk kapacitet för att bli ännu snabbare. Fokusområden under året var:

## BYGGA LOJALITET

Den digitala konsumenten är mindre lojal än den i fysiska butiker. Därför måste aktiviteterna online vara anpassade för att behålla kunderna och få dem att vilja komma tillbaka på nätet. Under året ökade kampanjintensiteten för att bygga lojalitet och skapa engagemang hos webbkunden, inklusive tävlingar med utlottning av samlarobjekt i sociala kanaler, segmenterade utskick och marknadsföring. Dessutom har Odd Molly en personlig chatt i webbshopen, där kunden kan få svar på frågor och även stylingtips, med ambitionen att det ska kännas som att "komma in i en fysisk butik".

## NYHETER DRIVER FÖRSÄLJNING TILL FULLPRIS

För att öka andelen försäljning som sker till fullpris krävs ett ständigt nyhetsflöde, stöttat av kampanjer som "sista-chansen" och "åter-i-lager" för att skapa en "sense of urgency". Att bara presentera nyheter räcker inte. Med mindre kollektionssläpp förstår konsumenten att det inte alltid går att vänta på en eventuell rea – plaggen kan ta slut. Odd Mollys uppdaterade sortimentstrategi är inriktad på att ytterligare stärka positionen på webben.

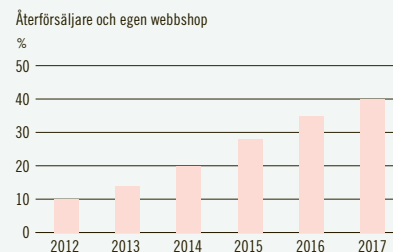
## OPTIMERAD KUNDUPPLEVELSE

Investeringar i fina produktbilder, pedagogiska produktbeskrivningar och information om material stärker varumärket samtidigt som det hjälper kunden att välja rätt produkt. I webborganisationen utvärderas varje köp och varje retur ingående, allt med målet att skapa bättre kundupplevelse, ökad försäljning och minskade distributionskostnader. Vi arbetar löpande med att utveckla våra leveransalternativ för att ge kunden största och bästa valmöjlighet.

## WEBBSHOPENS FRAMGÅNGSFAKTORER

- Odd Molly har ett stilkoncept som passar för webben (unika handritade mönster, vackra färger, stickat och olika strukturer).
- 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 4,9 miljoner besök under 2017.

## FÖRSÄLJNINGSANDEL WEBBEN





# #1

Odd Molly är det mest  
sökta varumärket på Tradera

# 36%

organiska sökningar på nätet

# 40%

försäljningsandel webben  
(återförsäljare och egen webbshop)

# 4,9M

besök under 2017

# > 40

marknader

# > 100 000

kundklubsmedlemmar  
på webben

# En sortimentstrategi anpassad för varje kanal

*Den sortimentstrategi Odd Molly arbetat fram under året når ut på marknaden på ett mer genomgripande sätt under våren 2018. Strategin medför ett skifte från traditionella kollektioner till mindre, konceptburna släpp, för att möta den ökade efterfrågan på nyhetsvärde främst med inriktning på webbhandeln. Odd Molly har sedan ett antal år tillbaka gått från en designdriven till kundfokuserad organisation. Under 2018 kommer kunden stå ännu mer i centrum.*

**MÅL** *Bäst sortiment i alla kanaler på alla marknader.*

## DE VIKTIGASTE FRAMGÅNGSFAKTORERNA I DEN JUSTERADE STRATEGIN

### NYHETER

*Nyheter är det mest effektiva verktyget för att driva fullprisförsäljning online, och det blir mer och mer viktigt även i fysiska butiker i takt med att konsumentens beteende förändras. Nyhetslansering med många släpp av små distinkta kollektioner anpassade efter målgrupp och kanal kommer att vara det enskilt viktigaste fokusområdet i den justerade sortimentsstrategin.*

### RÄTT PLAGG I RÄTT TID

*Vad gäller träffsäkerheten i planeringsarbetet är "rätt plagg i rätt tid" också avgörande för att nå maximal genomförsäljning.*

### BALANS

*En stor del av den nya strategin handlar om att skala ned bredden på sortimentet. Inom exempelvis försäljningen till återförsäljare blir antalet artiklar färre och kollektionen minskas med cirka en tredjedel. Samtidigt blir kommunikationen kring varje kollektion allt viktigare. Odd Molly har länge arbetat med att ha rätt mix i erbjudandet vad gäller produkt och pris, där positionen fortfarande är "within reach".*

### KUND- OCH SÄLJFOKUS

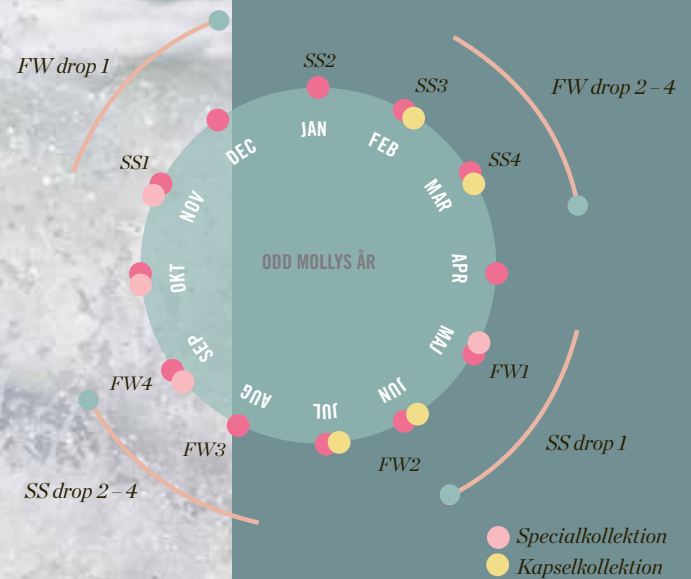
*I dagens marknad kan en varumärkes- och detaljhandelsaktör aldrig nöja sig med ett enda tillvägagångssätt. Bolaget måste testa olika möjligheter och vägar fram – och maximera där och när det finns möjlighet att göra så. Som ett exempel kan Odd Molly komma att genomföra specialsamarbeten för att nå resultat. Odd Molly kommer att fortsätta utvärdera hur produkterbjudandet kan breddas.*





## MARKNADSUTVECKLING

- Webbutikerna ökar mycket, särskilt de stora spelarna med flera varumärken.
- Även för Odd Molly sker de största ökningarna på grossistwebbplatser och egen webbutik.
- Fysiska butiker har en tuffare utveckling i allmänhet, speciellt mindre "boutiquer".
- Hyrorna ökar, det blir svårare för fysiska multibrandbutiker att vara lönsamma.
- Allt är mer transparent med internet, kunderna söker alltid efter erbjudanden.
- Slutkonsumenten använder nätet i de flesta köpbeslut, oavsett var köpet sker.
- Utvecklingen sker i olika steg på olika marknader, men trenden är densamma; det är på webben det sker.



## ODD MOLLYS VERKSAMHET

*Odd Molly har utvecklats från ett varumärkesföretag med kläder för tjejer till ett etablerat livsstilskoncept, från ett designdrivet företag till en kundfokuserad verksamhet. Affärsmodellen är flexibel, plattformen solid och potentialen fortsatt stor. Ambitionen är att utveckla erbjudandet och växa på egen hand och tillsammans med bolagets befintliga och blivande externa återförsäljare och partners både i en fysisk och digital miljö.*

*Odd Molly satsar på att stärka sina egna försäljningskanaler vid sidan om de externa återförsäljarna. Genom de egna försäljningskanalerna ökar förståelsen för kunden och Odd Molly får därmed ett bättre verktyg för att forma nästa framgångsrika kollektion.*

### DESIGN OCH SORTIMENTSPLANERING

*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. 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. Enkelt uttryckt bidrar fler varuslag i lägre prisgrupper till att driva försäljning, medan mer arbetade plagg bidrar till att stärka varumärket. Odd Mollys kläder är positionerade i det övre mellanprissegmentet. Grunden är kläder och accessoarer för tjejer, men utvecklingsmöjligheterna som livsstilskoncept är stora. Läs mer om Odd Mollys sortimentstrategi på sid 14.*

*Det finns en hållbarhetstanke 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. Huvudkollektionen är kläder och accessoarer, och flera produktkategorier tillförs som kan stärka varumärket och driva försäljning.*

### PRODUKTION

*Odd Molly har ingen egen tillverkning utan låter producera sina kollektioner hos utvalda leverantörer i Asien, Afrika och Europa. Med många handgjorda och komplicerade detaljer i plaggen ställer Odd Molly särskilt höga krav på sina leverantörer. Valet av tillverkare är baserat på produktkvalitet och leveranssäkerhet, men även etik- och miljöarbete väger tungt liksom att produktionen är ekonomiskt försvarbar. Leverantören måste följa Fair Wear Foundations "Code of Labour Practice" och Odd Mollys "Quality Assurance & Chemical Agreement". Läs mer om produktion på sid 25.*

### TRANSPORT OCH LOGISTIK

*Odd Molly arbetar med en tredjepartslogistik som hanterar bolagets distribution. 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.*

## MARKNADSFÖRING

Odd Molly samordnar sina kampanjer och erbjudanden i alla kanaler. Aktiviteterna till kundklubsmedlemmarna är huvudsakligen inriktade på att skapa mervärde, exempelvis genom 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 för att nå ut till Mollys i alla generationer – både vad gäller affärsutveckling och kommunikation i sociala medier. "Odd Molly's Friends" hjälper företaget att sprida livsglädje och marknadsföra varumärket på sociala medier, att nå ut till en större kundkrets samt att personifiera märket ytterligare.

## FÖRSÄLJNING

Merparten av Odd Mollys försäljning sker idag i Västeuropa, framförallt i Sverige, men med ett ökande intresse för varumärket i bland annat USA, där Odd Molly har ett antal partnerägda butiker. 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 88 procent (87) av den totala försäljningen år 2017. Vad gäller tillväxt fokuserar Odd Molly på marknader där bolaget har störst förutsättningar att nå en stark position.

## FYSISKA BUTIKER

Odd Molly-butikerna ger bolaget en möjlighet att visa kollektionerna i en för varumärket särskilt anpassad miljö. Odd Molly-butikerna följer alla samma särpräglade inredningskoncept. Odd Mollys bedömning är att fysiska butiker gör livsstilskonceptet tydligare och ger alla parter större förutsättning att öka sin försäljning. De egna butikerna kompletteras av shop-in-shops hos återförsäljare. Vid årsskiftet fanns totalt 18 egna butiker varav två outlets samt 27 shop-in-shops hos återförsäljare och sex Odd Molly-butiker drivna av partners.

## WEBBSHOP

En ständigt ökande andel av Odd Mollys försäljning sker på webbshopen som sedan starten 2011 har visat mycket stark tillväxt under 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. Läs mer om Odd Mollys webbshop på sidorna 12 – 13.

## ÅTERBRUK OCH ÅTERVINNING

Att Odd Mollys produkter håller hög kvalitet och kan användas länge är centralt i kunderbidandet. Den höga kvaliteten är en starkt bidragande faktor till Odd Mollys lojala kundbas.

*”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.”*



VÅR VÄRDEKEDJA UR ETT HÅLLBART PERSPEKTIV

	DESIGN OCH SORTIMENTSPLANERING	PRODUKTION	TRANSPORT OCH LOGISTIK
<b>UTMANING</b>	Våra unika kollektioner är vår kärna, och vi måste kunna skapa produkter utan att göra avkall på design, kvalitet och pris, samtidigt som vi gör hållbara val. Material utgör en stor del av vår miljöpåverkan där minimumkvantiteter, ledtider och pris ofta är kritiska punkter. En nyckel i arbetet är att se till att våra medarbetare har tillräcklig kunskap för att fatta rätt, och hållbara, beslut i sitt dagliga arbete.	Även om vi inte äger de fabriker som tillverkar våra kläder är arbetsförhållanden på fabriker en viktig fråga för oss. Vi måste också ständigt se till att våra kläder inte innehåller skadliga substanser, i såväl produktion som slutliga produkter.	Vi vill minska vår miljöpåverkan samtidigt som vi uppfyller vårt åtagande mot kunden och levererar i tid.
<b>UTVECKLING</b>	Design- och inköpsteamerna har börjat använda sig av ”fiber benchmark” från MadeBy som stöd vid materialval. Under året har vi tagit fram ett nytt system med en mindre huvudkollektion som kompletteras av kapselkollektioner riktade till olika kanaler efter behov. Strategin innebär färre säljprover och större snittorder, vilket minskar vår miljöpåverkan. Vi har ökat andelen organic cotton (från 9 till 21 procent) och återvunnen polyester (från 8 till 24 procent) samt ökat andelen digitaltryck. Under året lanserade vi en skidkollektion med fokus på hållbarhet och har som första företag lanserat ett plagg med material från WeAreSpindye, infärgat med teknik som använder minimalt med energi, vatten och kemikalier.	Vi jobbar aktivt för att säkerställa att alla våra fabriker följer gällande kemikalielagstiftning. Vi är aktiva medlemmar i Kemikaliegruppen, vi är också delaktiga i Sweden Textile Water Initiative med 7 av 11 tillverkare i Indien som är med i STWI-projektet. Vi arbetar ihop med Fair Wear Foundation för att säkerställa goda arbetsförhållanden på fabriker.	Vi har under året övergått till 100% klimatkompenserade bud. Vår ambition är att minska andelen flygfrakt. Förpackningsmaterialet i våra butiker är klimatneutralt.





MARKNADSFÖRING	FÖRSÄLNING	ÅTERBRUK OCH ÅTERVINNING
<p><i>Med vår marknadsföring påverkar vi alla runt omkring oss. Vi har ett ansvar att visa upp våra kläder på ett sätt som både inspirerar och respekterar våra konsumenter.</i></p>	<p><i>Vi vill att alla som jobbar med och för Odd Molly ska må bra. Vi har också ett ansvar för att minska vår miljöpåverkan när vi säljer våra kläder.</i></p>	<p><i>Hur kläderna tas hand om står för en stor del av ett plaggs miljöpåverkan. Vi vill att våra kläder ska vara hållbara över tid och trendskiften.</i></p>
<p><i>Under året har vi varit med och tagit fram Sweden Fashion Ethical Chart och jobbar efter dessa riktlinjer.</i></p>	<p><i>Vi har policydokument för mångfald, antidiskriminering och antikorrup­tion. Allt förpackningsmaterial vi använder oss av både i vår webbshop och fysiska butiker är 100 procent klimatkompenserat. Vi informerar våra kunder om hur de ska sköta sina plagg från Odd Molly på ett hållbart sätt.</i></p>	<p><i>Vi utbildar vår butikspersonal i materialkän­nedom och skötsel för att förlänga klädernas livslängd. Vi har under året tagit fram en guide för skötselråd. Odd Molly ligger ständigt på Traderas topplista över mest sökta ord, ett gott kvitto på att våra produkter håller bra över tid. Vi har inlett ett samarbete med Human Bridge för återbruk av plagg.</i></p>





### ODD MOLLYS ORGANISATION

*Molly och hennes driv inspirerar och genomsyrar den dagliga verksamheten. Välmående och trivsel på arbetsplatsen värderas högt på Odd Molly. Yoga, träningspass och massage på arbetstid är exempel på aktiviteter som skapar bättre sammanhållning och hälsa hos de anställda. Vidare anordnar företagens olika avdelningar diverse teamdagar för inspiration och utveckling.*

*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. Samtidigt som vi är måna om att det ska vara en bra organisation att jobba för är allt vi gör med kunden i fokus – från design till kostnadsplanering.*

*På Odd Molly premieras internrekrytering och inom företaget finns flertalet exempel på anställda som vuxit inom organisationen. Odd Molly är ett företag i ständig förändring som bygger sin framgång på bra människor med rätt förmåga och attityd, jobbar proaktivt och som vågar gå sin egen väg. Att aktivt jobba för att våra anställda ska trivas, våga testa egna initiativ och växa är en långsiktig investering i vår fortsatta tillväxt.*

*På Odd Molly finns funktioner från design och inköp till försäljning, ekonomi, logistik och marknadsföring samt butik. Vid årets slut hade Odd Molly 98 (107) anställda i Sverige, Danmark, Norge, Finland och USA, av dessa var 92 (100) kvinnor och 6 (7) män.*



## STWI – SWEDEN TEXTILE WATER INITIATIVE

*Odd Molly är sedan 2010 engagerade i ett samarbetsprojekt tillsammans med ett trettiotal företag inom den svenska textilindustrin – Sweden Textile Water Initiative (STWI). 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 STWI, Sida och flera medlemsföretag, syftar till att med utbildning och stöd göra det möjligt för*

*tillverkarna att med enkla och kostnads-effektiva åtgärder minska förbrukningen av vatten, kemikalier och energi. Sju av Odd Mollys leverantörer i Indien har deltagit i STWIs projekt. Över 1 500 arbetare har fått utbildning för att öka kunskapen om miljö och hållbarhet.*



## 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. 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 2016 och har fortsatt under 2017. 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. De viktigaste frågorna är arbetsmiljöförhållanden, jämställdhet/kvinnors rättigheter och miljöansvar. Arbetet är i ständigt utveckling och visionen är att göra positiv skillnad och bidra till fler Mollys i världen.*

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

### 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!

### VÅRA ÖVERGRIPANDE MÅL

- Vårt ansvar är att varje dag, i varje beslut och vid varje vägsval, tänka till kring innebörden av hållbarhet enligt våra värderingar; mind, heart and conscience.
- Våra medarbetare ska ges utrymme att tänka och ta beslut som leder till ett mer hållbart samhälle, utrymme att gå sin egen väg och utveckla sin fulla potential – precis som Molly.
- Vår framgång är beroende av ett målinriktat arbete i samverkan med våra partners.



## WEARESPINDYE®

*Odd Molly är det första modevarumärket som samarbetar med WeaReSpinDye® – ett företag som erbjuder hållbara infärgningstekniker för syntetiska material i klädindustrin. Istället för att de färdiga tygerna läggs i kemikaliebad, smälts färgpigmentet in i tygets plastfibrer. Detta tillvägagångssätt minskar dramatiskt användandet av vatten, kemikalier, koldioxid och energi. Tyget och därmed slutprodukten*

*har enastående prestanda och klara fördelar för miljön. Färgen tål UV-strålning, tvätt och slitage mycket bättre än traditionellt infärgat tyg. Av tyget har Odd Molly designat jackan, "Earth Saver jacket" i 100% återvunnen polyester. Vadderingen är också miljövänlig då den är tillverkad av ett växtbaserat material och ändå har liknande isoleringsförmåga som dun.*

*"Vårt mål är att hela tiden förbättra oss och att successivt öka andelen hållbara material och produkter i vårt sortiment. Resultatet av samarbetet med WeaReSpinDye är en produkt vi verkligen är stolta över – helt i linje med vårt mål att förse vår kund med tidlösa kläder av hög kvalitet med så lite negativ påverkan på miljön som möjligt," säger Kristin Roos, produktionschef på Odd Molly.*

## ODD MOLLYS ANSVARSARBETE

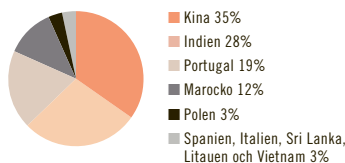
Odd Mollys ansvar innefattar god etik, socialt ansvarstagande och miljötänkande. De etiska och miljömässiga riktlinjerna gäller alla som arbetar med Odd Molly – de egna medarbetarna, leverantörer, underleverantörer och andra samarbetspartner. Miljöpåverkan ska minimeras i största möjliga mån i alla led 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.

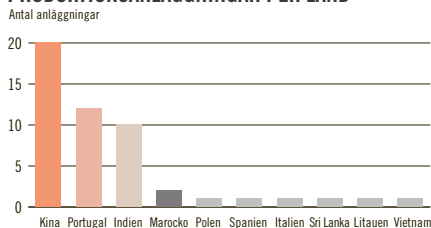
Odd Molly arbetar konsekvent utifrån företagets etiska och miljömässiga riktlinjer med syftet att inte endast minimera uppkomsten av affärsrisker, som i förlängningen kan påverka såväl varumärke som företagets anseende, utan även ta ansvar för att använda resurser på ett hållbart sätt.

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.

## PRODUKTIONSVÄRDE PER LAND



## PRODUKTIONSANLÄGGNINGAR PER LAND



## ANSVARFULL PRODUKTION

Odd Molly har ingen egen tillverkning utan låter producera sina kollektioner hos utvalda leverantörer i Kina, Indien, Italien, Litauen, Portugal, Spanien, Sri Lanka och Marocko. Med många handgjorda och komplicerade detaljer i plaggen ställer Odd Molly särskilt höga krav på sina leverantörer. Valet av tillverkare är baserat på produktkvalitet och leveranssäkerhet, men även etik- och miljöarbete väger tungt liksom att produktionen är ekonomiskt försvarbar. Leverantören måste följa Fair Wear Foundations "Code of Labour Practice" och Odd Mollys "Quality Assurance & Chemical Agreement".

Odd Molly ser löpande över sitt nätverk av samarbetspartner, även om ambitionen är att värna nära samarbeten och långa relationer. Det är bra för både bolaget och leverantören – och det bidrar till att skapa hållbara produkter. Som ett led i att Odd Molly alltmer utvecklas till ett livsstilsvarumärke sker också en produktbreddning vilket innebär att nya leverantörer med specialistkompetens kan tillkomma. Under året tillkom nya producenter i Bulgarien, Litauen och Sri Lanka, och totalt arbetade Odd Molly med 50 (47) tillverkare under året. Baskriterier för att välja en tillverkare är:

- Generell bedömning av produktionsanläggning, arbetsförhållanden och dess ledning
- Produktkvalitet, produktion och detaljer
- Leveranssäkerhet
- Pris – rimlighet för att möta krav på bruttomarginal
- Regelefterlevnad
- Övergripande affärsmannaskap och professionalism
- Kundreferenser
- Riskbedömning av land och region

Odd Molly arbetar dels direkt med sina leverantörer, dels genom samarbeten med produktionsagenter i Indien och Portugal. Produktionsagenten arbetar i nära dialog med Odd Mollys produktionsavdelning för att finna rätt tillverkare för bolagets behov. Odd Molly använder tredjepartsinspektioner i Kina för att säkra kvalitetskontroll. 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. 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/IVE, som är en kunskapsplattform med syfte att hjälpa medlemsföretagen att motverka förekomsten av farliga ämnen i deras produkter samt förbättra bolagets 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. Under året genomfördes fler samlade transporter från Kina. Allt förpackningsmaterial i Odd Mollys butiker är klimatneutralt genom certifierad trädplantering i Sydamerika. Odd Molly samarbetar med Human Bridge för återbruk av plagg.

## JÄMSTÄLLDHET

För Odd Molly är ett aktivt arbete med jämställdhetsfrågor en nyckel till en starkare organisation och fortsatt kompetensförsörjning. Bolagets mål är att samtliga medarbetare ska känna att de verkar i en säker och trygg miljö.

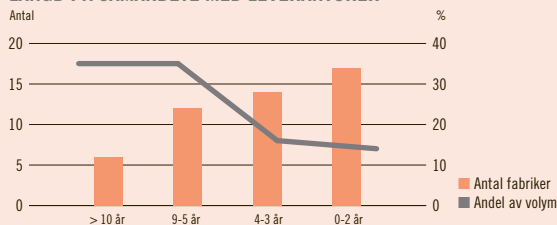
## DJURRÄTT

Odd Molly använder inte ädelpäls i sina produkter; endast päls och skinn från djurarter som föds upp för livsmedelsindustrin såsom exempelvis får, get, ko, alpaca och ren. 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 utan från Sydafrika där mulesing inte används. Odd Molly har som krav att deras dunleverantörer är certifierade enligt IDFL, och som kan garantera att dun inte plockats från levande fåglar. Bolaget använder ingen angora i sina plagg, och inte heller snäckor och pärlor från hotade arter.

Läs mer om Odd Mollys hållbarhetsarbete på [oddmolly.com](http://oddmolly.com).

**ODD MOLLY VÄRNAR OM LÅNGA RELATIONER  
– 50 PROCENT AV TILLVERKARNA HAR  
ARBETAT MED ODD MOLLY I MER ÄN FEM ÅR,  
15 PROCENT I ÖVER 10 ÅR.**

### LÄNGD PÅ SAMARBETE MED LEVERANTÖRER





## FAIR WEAR FOUNDATION

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 fabrikena. 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 förnämlda för att bibehålla goda

relationer med leverantörerna och bidra till en dialog om förbättringsarbetet.

Odd Molly har uppnått kravet att leverantörer motsvarande 80 procent av produktionsvolymen årligen ska inspekteras.

Huvudområden som kontrolleras är

- Frivilligt vald anställning
- Diskriminering
- Barnarbete
- Föreningsfrihet och rätt till kollektivförhandlingar
- Levnadslön
- Övertid
- Säkra och hälsosamma arbetsförhållanden
- Lagligt bindande anställningsförhållande

Vid kontrollerna framkom att inom områdena levnadslöner, medvetenhet bland arbetarna och reglerad övertid behöver det långsiktiga förändringsarbetet fortgå. Fair Wear Foundation strävar efter att fabrikena, 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. Levnadslöner är alljämt den största utmaningen.

Under 2017 genomfördes fyra (sex) nya revisioner samt uppföljning av de som gjorts tidigare. Totalt har fler än 25 uppföljningar gjorts. En (fyra) av Odd Mollys leverantörer engagerades i Fair Wear Foundations utbildningsprogram för arbetarna under 2017 med målet att öka kunskapsnivån och medvetenheten för att fabrikena på egen hand ska kunna göra hållbara förbättringar. Det är fortfarande en utmaning att öka medvetenheten inom området på fabrikena, varför Odd Molly fortsätter att fokusera på arbetet. Fair wear Foundation har en hotline dit arbetare kan ringa för att rapportera eventuella klagomål eller brister. Under året ringde arbetare från tre av Odd Mollys fabriker till Fair Wear Foundations linje. Rapporter om anmälningarna och hur dessa hanterats finns att läsa på [www.fairwear.org](http://www.fairwear.org).

Läs mer om Fair Wear Foundation och om genomförda inspektioner på [www.fairwear.org](http://www.fairwear.org).



## VÅR STRÄVAN

### MIND

”Odd Molly designar, marknadsför och säljer mode, med ett tydligt stilkoncept i hållbara material och med hög kvalitet.”

**VÅR STRÄVAN** Odd Molly vill hjälpa sina kunder att klä sig mer hållbart och förbruka mindre resurser genom att erbjuda kläder med ett tydligt stilkoncept i hållbara material och med hög kvalitet.

**VARFÖR ÄR DET VIKTIGT?** Klädkonsumtionen i världen har aldrig varit större än den är idag. Vår affärsidé bygger på att vi erbjuder kläder med ett tydligt stilkoncept och hög kvalitet som kunderna kan använda flera säsonger. Vi påverkar också våra kunder genom att ge råd om hur de ska sköta sina plagg på ett hållbart sätt och uppmuntrar till återbruk. På så sätt kan vi bidra till att bryta den materialintensitet som präglar modeindustrin, framförallt inom ”fast fashion”. Vår ambition för hållbarhet sträcker sig från idé och stilkoncept via sortimentsplanering och smarta inköp till klädvård och återbruk. Vi är lyhörda för de drivkrafter som får våra kunder att ändra beteende och livsstil, och som de upplever som positiva.

**LÅNGSIKTIGA MÅL** Så lite påverkan som möjligt – så lång livslängd som möjligt.

### VÅRA MÅL TILL 2025

#### Våra kläder håller en fortsatt hög kvalitet

- Vi har tydliga mål med en högre andel hållbara material.
- Majoriteten av materialen i våra produkter kommer från hållbara material (recycled, organic, tencel etc).
- De cellulosabaserade fibrer som används i våra produkter ska komma från hållbart skogsbruk.
- Vi använder print- och infärgningstekniker med minsta möjliga miljöpåverkan.

#### Vi har bättre processer

- Vårt hållbarhetsarbete är integrerat i design – och produktutvecklingsprocessen.
- Vi har en optimerad inköpsprocess (minimerade leftovers & restlager).

#### Vi jobbar aktivt med återbruk

- Alla våra produkter har information till kunden om hur de används på ett hållbart sätt.

## HEART

---

“Odd Molly vill inspirera tjejer i alla åldrar att frigöra sig från konventioner och följa sina drömmar. Odd Molly kommer alltid kämpa för fler Mollys i världen.”

**VÅR STRÄVAN** Odd Molly vill kämpa för tjejers rätt att ta självständiga beslut gällande både sina egna liv och samhällsutvecklingen.

**VARFÖR ÄR DET VIKTIGT?** Odd Molly vill verka för ett samhälle där mångfald omfattas som en positiv kraft och där tjejer vågar vara sig själva och följa sina drömmar oberoende av ålder, form eller hudfärg. Det gäller våra medarbetare och våra kunder men också de tjejer som finns i vår leverantörskedja. Textilindustrin är en av de industrier som lyfter flest människor ur fattigdom genom tillgången till ett arbete. Att kunna försörja sig själva ger många kvinnor större frihet att fatta beslut som rör deras liv. Genom kommunikation och ambassadörskap kan vi inspirera och påverka samhället att kämpa för kvinnlig självständighet.

**LÅNGSIKTIGA MÅL** Ett samhälle där tjejer känner stor frihet och vågar följa sina drömmar.

### VÅRA MÅL TILL 2025

**Vår marknadsföring reflekterar människor av olika nationalitet och kroppsform**

- Vi följer the Swedish Fashion Ethical Charters policy vid val av modeller.
- Vi strävar aktivt efter att visa en sund, glad tjej i vår marknadsföring.

**Vi tar ansvar för att sprida kunskap om hållbarhetsfrågor**

- Vi arbetar aktivt med att sprida kunskap hos våra samarbetspartners om ILO:s kärnkonventioner, jämställdhet, mångfald och yttrandefrihet.
- Våra medarbetare har en hög kunskap om hållbarhet.
- Vi har ett långsiktigt partnerskap med en part som arbetar för kvinnors rättigheter.

**Vi arbetar aktivt för att lyfta andra**

- Vi har branschens nöjdaste medarbetare.
- Vi strävar efter att arbeta med mentorskap.
- Vi strävar efter att erbjuda arbetstillfällen till nyanlända.

## CONSCIENCE

---

“Odd Molly is a brand with a mind, a heart and a conscience. Odd Molly is also a loving brand with high ambitions...”

**VÅR STRÄVAN** Odd Molly vill påverka sin omvärld i en positiv riktning.

**VARFÖR ÄR DET VIKTIGT?** Genom vår verksamhet har vi möjlighet att påverka människors liv och miljön, och sprida vårt engagemang för hållbarhet i hela värdekedjan. Vi arbetar för att ha långa och nära relationer med samarbetspartners och tillsammans skapa bra arbetsförhållanden och minska vår negativa påverkan på miljön genom hela värdekedjan. Detta sker bland annat genom regelbunden dialog med partners och genom leverantörsgranskningar av tredje part. En förutsättning för vår framgång är att våra medarbetare är nöjda och kan utvecklas i sitt arbete.

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

### VÅRA MÅL TILL 2025

**Vi har höga krav på våra leverantörer**

- Vi gör riskbedömningar utifrån hållbarhetskriterier med alla nya leverantörer innan samarbetsavtal ingås.
- Vi arbetar aktivt med att kontrollera våra leverantörer socialt (arbetsrätt, barnarbete etc) och miljömässigt.

**Vi hjälper våra leverantörer att förbättra sig**

- Vi strävar efter långsiktiga samarbeten med våra leverantörer.
- Vi arbetar aktivt med att hjälpa våra leverantörer att förbättra sina processer ur ett miljömässigt perspektiv.
- Vi hjälper våra leverantörer att förbättra sin sociala standard; levnadslöner, arbetsförhållanden, barnarbete, overtid.

**Vi har konkreta miljömål; ren luft & rent vatten**

- Vi har minskat våra koldioxidutsläpp i relation till produktionsvolymen.
- Vi har optimerat vår återvinning.
- Vi använder, i den utsträckning vi kan, grön el i våra butiker och kontor.
- Vi använder endast FSC-certifierade pappersprodukter.
- Vi klimatkompenserar för transporter.
- Vi har miljöcertifierade transporter.

# 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 2017 var 22,70 SEK (45,90), vilket gav ett börsvärde för Odd Molly på 130,6 MSEK (264,0). Under räkenskapsåret omsattes i genomsnitt cirka 8 970 aktier per dag (5 387). Totalt omsattes 2,3 miljoner Odd Molly-aktier (1,3) till ett värde av 88,5 MSEK (54,3). Lägsta kurs var 20,60 SEK (27 december 2017) och högsta kurs var 59,00 SEK (6 mars 2017). Kursnedgången under 2017 uppgick till 50,65 procent, vilket kan jämföras med en uppgång på 24,05 procent under 2016. Under räkenskapsåret 2017 steg OMXSPI Index med 5,65 procent.

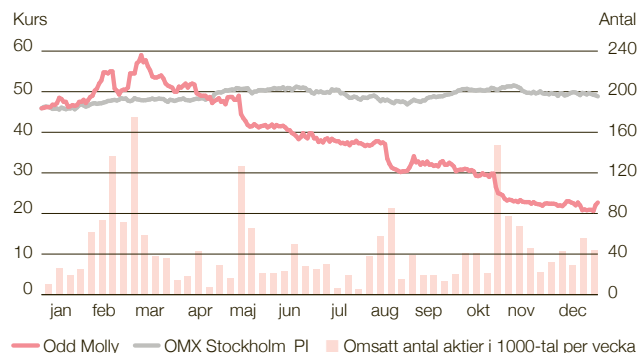
## AKTIEKAPITAL

Odd Mollys aktiekapital uppgick per den 31 december 2017 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'S 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 ett utestående incitamentsprogram baserat på teckningsoptioner i Odd Molly Sverige AB.

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.

Med hänsyn till årets resultat och kassaflöde samt de fortsatta utmaningar och möjligheter bolaget står inför föreslår styrelsen årsstämman att ingen utdelning lämnas för räkenskapsåret 2017. För räkenskapsåret 2016 lämnades en utdelning om 1,00 SEK per aktie.

## NYCKELTAL PER AKTIE

	2017	2016	2015	2014	2013
Eget kapital per aktie, SEK	15,82	18,38	16,19	15,62	14,43
Resultat per aktie, SEK	-1,09	3,08	1,70	0,71	-3,38
Utdelning per aktie, SEK	0,00*	1,00*	1,50	1,00	0,0
Utestående antal aktier på balansdagen, '000	5 752	5 752	5 752	5 752	5 752

\*Föreslagen utdelning

## STÖRSTA AKTIEÄGARE PER DEN 31 DECEMBER 2017

Tio största aktieägare	Antal aktier	Antal röster/ kapital, %
M2 Capital Management AB	1 187 486	20,64
Kattvik Financial Services AB	1 063 933	18,5
A.T.V Holding Aktiebolag	616 359	10,72
New Moon Förvaltning AB	614 173	10,68
Swedbank Försäkring	271 300	4,72
AMF Aktiefond Småbolag	148 150	2,58
Olson, Jan-Olof	135 607	2,36
Placeringsfond Småbolagsfond, Norden	98 368	1,71
BPSS Lux/Parvest	88 000	1,53
Försäkringsaktiebolaget, Avanza Pension	77 841	1,35
<b>Totalt 10 största aktieägare</b>	<b>4 301 217</b>	<b>74,78</b>
Övriga	1 450 783	25,22
<b>Totalt</b>	<b>5 752 000</b>	<b>100,00</b>

Källa: Euroclear

## ÄGARSTRUKTUR PER DEN 31 DECEMBER 2017

Antalet aktieägare i Odd Molly uppgick per den 31 december 2017 till 3358 (2785) enligt Euroclear Sweden AB. Odd Mollys tio största ägare innehade aktier motsvarande 74,78 procent (74,4) av såväl röster som kapital i bolaget. Utländskt ägande uppgick till cirka 6,02 procent (9,06) per den 31 december 2017.

Aktieägarstruktur	Antal aktieägare	Antal aktier	Innehav, %	Röster, %	Marknadsvärde, TSEK
1 – 500	2 964	295 179	5,13	5,13	5 283 704
501 – 1 000	172	140 046	2,43	2,43	2 506 823
1 001 – 5 000	163	361 368	6,28	6,31	6 468 487
5 001 – 10 000	30	215 479	3,75	3,75	3 857 074
10 001 – 15 000	7	84 845	1,48	1,47	1 518 726
15 001 – 20 000	3	49 309	0,86	0,86	882 631
20 001 –	19	4 605 774	80,07	80,05	82 443 355
<b>Totalt</b>	<b>3 358</b>	<b>5 752 000</b>	<b>100,00</b>	<b>100,00</b>	<b>102 960 800</b>

Källa: Euroclear

# FÖRVALTNINGSBERÄTTELSE

Styrelsen och VD för Odd Molly International AB (publ), organisationsnummer 556627-6241, avger härmed årsredovisning och koncernredovisning för räkenskapsåret 1 januari – 31 december 2017.

Bolaget inregistrerades hos Bolagsverket den 27 juni 2002 och har sitt säte i Stockholm med huvudkontor beläget på Kornhamnstorg 6, 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 2017 till 3 358 varav cirka 94 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 sidorna 30–31. Det finns inte några begränsningar i överlåtelsebarheten av aktier på grund av bestämmelser i lag eller bolagsordning.

Inom Odd Molly fanns vid årets slut ett utestående incitamentsprogram baserat på teckningsoptioner i Odd Molly Sverige AB. Optionsprogrammet fastställdes vid en extra bolagsstämma den 24 februari 2016 där 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 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 andra kvartalet

- öppnades en Odd Molly-butik i Boulder, USA, genom en extern partner, samma partner som sedan tidigare driver Odd Molly-butiker i Vail och Aspen, USA.
- samme partner öppnade i juni ytterligare en Odd Molly-butik i ett köpcenter utanför Denver, Colorado.

### Under tredje kvartalet

- utsågs nya agenter i Tyskland, Frankrike och Österrike.
- anpassades försäljningsorganisationen där rollen som övergripande försäljningschef togs bort och ersattes med en roll specialfokuserad på internationell expansion.

### Efter årets utgång

- den 5 februari offentliggjordes att Anna Attemark informerat styrelsen att hon önskar lämna sin roll som VD för Odd Molly, samt att Jennie Högstedt Björk, idag vice VD och sortimentschef, utsetts till hennes efterträdare. VD-skiftet kommer att ske senast under augusti 2018.
- under februari anlätades en ny säljare för Storbritannien.

## Försäljning och resultat 2017

### Koncernen

#### Total nettoomsättning

Den totala nettoomsättningen under året uppgick till 432,1 MSEK (423,2), en ökning med 2 procent jämfört med föregående år. Intäkterna från grossistverksamheten minskade med 7 procent till 211,0 MSEK (228,0). Bolagets detaljhandelsverksamhet ökade med 13 procent till 221,1 MSEK (195,1) drivet av stark utveckling av bolagets webbshop samt försäljning från fler butiker. Antalet butiker har under året i genomsnitt varit högre än 2016. Vid slutet av 2017 var antalet egna Odd Molly butiker 18 stycken, samma som vid slutet av 2016.

Under 2017 såldes Odd Mollys kläder i totalt 36 (36) länder. Odd Molly hade under året lokal representation i 23 länder genom egen säljkår, 10 självständiga agenter, två distributörer samt två partners. Bolaget sålde således utan representation till 13 länder. Odd Mollys fem största marknader (Sverige, USA, Tyskland, Norge och Schweiz) svarade under 2017 för cirka 88 procent (87) av den totala försäljningen.

#### Resultat

Bruttovinstmarginalen under året uppgick till 53,9 procent (55,6), negativt påverkad främst av högre andel rabatterad försäljning samt ofördelaktiga valutor medan den större andelen försäljning från detaljhandelsverksamheten hade en positiv effekt.

Rörelseresultatet landade på -4,5 MSEK jämfört med 24,5 MSEK föregående år. Resultatet har under året påverkats av den omställning som sker i branschen och i bolaget, där kunder i allt större utsträckning handlar online vilket ökar kostnader för distribution och returhantering. Vidare påverkades resultatet av ytterligare satsningar för att erbjuda bästa köppplevelse på webben, högre kostnader för drift av fler butiker samt kostnader som belastade resultatet under det tredje kvartalet för avslut av agenter och organisationsförändring om 4,8 MSEK. Rörelseresultatet exklusive dessa kostnader var 0,3 MSEK.

Personalkostnader uppgick till 77,1 MSEK (17,8 procent av total nettoomsättning) jämfört med 73,6 MSEK (17,4 procent av total nettoomsättning) föregående år. Övriga externa kostnader uppgick till 147,4 MSEK (34,1 procent av total nettoomsättning) och 128,2 MSEK (30,3 procent av total nettoomsättning) föregående år.

Resultat efter skatt uppgick till -6,3 MSEK (17,7) och resultat per aktie uppgick till -1,09 SEK (3,08).

#### Säsongsvariationer

Odd Mollys verksamhet är säsongsbetonad med försäljningsmässigt starka första och tredje kvartal, medan andra och fjärde kvartalen är säsongsmässigt 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 181,7 MSEK (193,4). Det egna kapitalet uppgick per den 31 december 2017 till 91,0 MSEK jämfört med 105,7 MSEK vid samma tidpunkt föregående år. Soliditeten uppgick vid periodens slut till 50 procent (55) och likvida medel uppgick till 17,0 MSEK (25,1). Nettoolikviditeten, efter utnyttjande av delar av checkkrediten, uppgick till -12,6 MSEK (-1,8). Kundfordringarna uppgick per den 31 december 2017 till 57,7 MSEK jämfört med 58,9 MSEK vid årets slut föregående år.

## Investeringar och kassaflöde

Under helåret 2017 uppgick bolagets investeringar till totalt 4,3 MSEK (22,0), främst avseende butiksinvestering i partnerbutiker och shop-in-shops hos återförsäljare. Kassaflödet från den löpande verksamheten uppgick till -0,5 MSEK (6,6) och det totala kassaflödet uppgick till -4,3 MSEK (-22,0).

## Medarbetare

Antalet medarbetare var vid periodens slut totalt 98 personer (107) varav 6 män och 92 kvinnor. Medelantalet anställda under året uppgick till 102 personer (94).

## Moderbolaget

Moderbolaget omsatte under helåret 2017 409,2 MSEK (411,7) och nådde ett rörelseresultat om -9,4 MSEK (16,4). Moderbolagets justerade egna kapital uppgick till 63,1 MSEK (84,0). Likvida medel uppgick till 12,4 MSEK (20,5). Nettoolikviditeten, efter utnyttjande av delar av checkkrediten, uppgick till -17,2 MSEK (-6,4).

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.

Under perioden gjordes en nedskrivning av moderbolagets fordringar på dotterbolagen i Norge och Finland om 4,9 MSEK respektive 1,5 MSEK, vilket påverkade moderbolagets resultat negativt.

## Riktlinjer för ersättning till VD och övriga ledande befattningshavare

På årsstämman den 11 maj 2017 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 2017 uppgå till maximalt 20 procent av årets redovisade resultat före skatt beroende på målpåfyllelse. För det fall antalet ledande befattnings-

havare 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 4 maj 2018 föreslår styrelsen att oförändrade principer för ersättning till VD och ledande befattningshavare ska gälla under 2018.

### 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 sidorna 22–29.

### 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 varumärkeskännetecken. 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 stilkoncept 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. Vidare kontrollerar Odd Molly kontinuerligt att leverantörerna följer gällande kemikalielagstiftning och reviderar leverantörsbasen därefter. 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 prisposition 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.

## Hållbarhet

### MILJÖ

#### *Ansvar*

Odd Molly följer tillämpliga lagar och bedriver ett målinriktat miljöarbete. Odd Molly är sedan 2011 medlem i Kemikaliegruppen inom SWEREA/IVF samt del av STWI. Genom Odd Mollys uppförandekod för leverantörer sig bolagets leverantörer att uppfylla krav inom miljöområdet.

#### *Styrning*

- Odd Molly kräver att alla leverantörer följer reglerna om förbudna kemikalier.
- Odd Molly utbildar sina anställda och kunder i produktvård för längsta livslängd samt i materia-kunskap.
- I Odd Mollys hållbarhetsstrategi inkluderas även förbättringsplaner för de egna arbetsplatserna (centralt och butiker) vad gäller förbrukning och klimat-kompensation.

#### *Granskning*

- Odd Molly låter genom stickprover kontrollera sina leverantörer.

#### *Risker och riskhantering*

- Ineffektiv resursanvändning i produktion och transport.
- Utbildning av medarbetare om miljö.
- Kontinuerlig kontroll och revidering av leverantörer.

### MÄNSKLIGA RÄTTIGHETER

#### *Ansvar*

Odd Molly följer tillämpliga lagar och internationella konventioner för mänskliga rättigheter som base-ras på ILO-konventioner och FN:s barnkonvention. Uppförandekoden ställer också krav på leverantörer att respektera internationellt erkända mänskliga rättigheter.

#### *Styrning*

- Uppförandekoden är ett viktigt verktyg för att styra efterlevnad av mänskliga rättigheter.
- Uppföljning och översyn av arbetsvillkor i produktion sker dels av Odd Mollys egna medarbetare, dels av oberoende externa organisationer.
- Fair Wear Foundation tillhandahåller en visselblåsarlinje för fabriksarbetare.

#### *Granskning*

- Odd Molly låter genom stickprover kontrollera sina leverantörer
- Fair Wear Foundation genomför årligen besök på fabriker som tillverkar Odd Mollys produkter.

#### *Risker och riskhantering*

- Affärsetik och goda arbetsförhållanden på fabriker där Odd Molly låter tillverka sina produkter är centralt vid val av leverantör.

### PERSONAL OCH SOCIALA FÖRHÅLLANDEN

Odd Molly strävar efter ett öppet klimat med stor möjlighet för varje individ att utvecklas. Bolaget har en stark företagskultur. Odd Molly har också ett långvarigt samarbete med Fair Wear Foundation som framförallt stärker utvecklingen av goda sociala förhållanden bland bolagets leverantörer.

#### *Styrning*

- Odd Molly har en jämställdhets- och mångfaldsplan samt rutiner för kränkande särbehandlingar och antidiskriminering.
- Utbildning för personal om ergonomi, yoga och massage på jobbet.
- Bolaget har riktlinjer för sina leverantörer och följer Fair Wear Foundations uppförandekod.
- Fair Wear Foundation tillhandahåller en visselblåsarlinje för fabriksarbetare.

#### *Granskning*

- Odd Molly låter genom stickprover kontrollera sina leverantörer.
- Utvärdering och uppföljning sker i samarbete med Fair Wear Foundation.

#### *Risker och riskhantering*

- Odd Molly har inga egna fabriker, men tillverkar i olika delar av världen där levnads.
- Skador och olyckor på arbetsplats.

### ANTIKORRUPTION

Odd Molly tillämpar en antikorrup-tionspolicy samt en uppförandekod för leverantörer. Etiska riktlinjer finns också i Odd Mollys handbok för medarbetare.

#### *Styrning*

- Fair Wear Foundation tillhandahåller en visselblåsarlinje för fabriksarbetare bland bolagets leverantörer.

#### *Granskning*

- Samtliga medarbetare skriver på policydokument för anti-korruption.

#### *Risker och riskhantering*

- Mutor vid och inför beställningar.
- Interna och externa bedrägerier.
- Intern utbildning i uppförandekod.

Odd Molly har uppförande- och policydokument för både medarbetare och samarbetspartner för miljö, mänskliga rättigheter, sociala förhållanden och antikorrup-tion.

Odd Mollys påverkan på omvärlden och de åtgärder som vidtas för att hantera risker och utmaningar beskrivs ytterligare på sidorna 18–19. Tydliga mål och fokusområden finns beskrivna i Odd Mollys hållbarhetsredovisning på sidorna 22–29.

### Bolagsstyrning

Styrningen av Odd Molly sker via årsstämma, styrelse och verkställande direktören i enlighet med aktiebolagslagen samt företagens bolagsordning. Bolaget följer Svensk kod för bolagsstyrning. Mer information om bolagets styrning finns i Bolagsstyrningsrapporten på sid 68–71.

### Framtidsutsikter

2017 var ett år då förändringarna i branschen påverkade Odd Molly liksom övriga aktörer på marknaden. Förflyttningen till digital handel accelererade och för Odd Molly innebar detta att förskjutningen mot större andel av försäljningen mot egen webbshop och externa digitala återförsäljare fortsatte. Odd Molly är väl rustat att fortsätta växa under dessa förutsättningar, med sitt starka varumärke och med de förändringar som genomförts i sortiments- och distributionsstrategi för att möta kundens förändrade beteende.

Arbetet med löpande kostnadsanpassning kommer fortsätta med syfte att frigöra resurser för att satsa där bolagets ser största möjlighet till fortsatt 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, expansionsplaner och andra väsentliga faktorer. Bolaget är i en expansions- och tillväxtfas vilket innebär ett fortsatt investeringsbehov. Med hänsyn till årets resultat och kassaflöde samt de fortsatta utmaningar och möjligheter bolaget står inför föreslår styrelsen årsstämman att ingen utdelning lämnas för räkenskapsåret 2017. För räkenskapsåret 2016 lämnades en utdelning om 1,00 SEK per aktie.

### Förslag till disposition beträffande bolagets vinst

Till årsstämmans förfogande står följande vinstmedel (TSEK):

Överkursfond	26 635
Fond för verkligt värde	–62
Balanserad vinst	36 188
Årets resultat	–9 162
<b>Summa</b>	<b>53 599</b>

Styrelsen föreslår att vinstmedlen disponeras så att:

Till aktieägare utdelas	
Balanseras i ny räkning	53 599
<b>Summa</b>	<b>53 599</b>

## FINANSIELL INFORMATION I SAMMANDRAG – KONCERNEN

Belopp i TSEK	2017	2016	2015	2014	2013
<b>Resultat</b>					
Total nettoomsättning	432 118	423 165	345 259	294 953	228 662
Rörelseresultat, EBIT	-4 480	24 518	12 451	5 516	-24 098
Årets resultat	-6 266	17 721	9 807	4 095	-19 428
<b>Marginaler</b>					
Bruttovinstmarginal	53,9	55,6	55,6	54,1	54,5
Rörelsemarginal, EBIT, %	-1,0	5,8	3,6	1,9	-10,5
Vinstmarginal, %	-1,1	5,7	3,7	1,9	-10,3
<b>Avkastningsmått</b>					
Avkastning på sysselsatt kapital, %	-3,0	21,6	13,6	6,6	-24,4
Avkastning på eget kapital, %	-6,4	17,8	10,7	4,7	-20,1
<b>Finansiell ställning</b>					
Balansomslutning	181 709	193 389	149 912	138 404	128 286
Eget kapital	91 002	105 725	93 116	89 854	82 998
Soliditet, %	50,1	54,7	62,1	64,9	64,7
<b>Per aktie*</b>					
Eget kapital per aktie, SEK	15,82	18,38	16,19	15,62	14,43
Resultat per aktie, SEK	-1,09	3,08	1,70	0,71	-3,38
Utdelning per aktie, SEK	0,00**	1,00	1,50	1,00	0,00
<b>Anställda</b>					
Genomsnittligt antal anställda	102	94	78	65	56
Total nettoomsättning per anställd, SEK	4 236	4 502	4 426	4 571	4 079

\*) Baserat på vägt genomsnitt före utspädning.

\*\*) Avser föreslagen utdelning 2018.

För ytterligare beskrivning och definition av de alternativa nyckeltalen, se Definitioner sidan 79 och Bokslutskommunikén 2017 sidorna 10–11.



## KONCERNENS TOTALRESULTAT

Belopp i TSEK	Not	2017	2016
<b>Rörelsens intäkter</b>			
Nettoomsättning	1	430 417	422 552
Övriga rörelseintäkter	2	1 701	613
<b>Total nettoomsättning</b>		<b>432 118</b>	<b>423 165</b>
<b>Rörelsens kostnader</b>			
Handelsvaror		-198 511	-187 644
Övriga externa kostnader	3,4	-147 437	-128 156
Personalkostnader	5	-77 071	-73 649
Avskrivningar av materiella och immateriella anläggningstillgångar	6	-12 009	-8 957
Övriga rörelsekostnader	7	-1 570	-240
<b>Rörelseresultat</b>		<b>-4 480</b>	<b>24 518</b>
<b>Resultat från finansiella poster</b>			
Ränteintäkter och liknande resultatposter	8	686	486
Räntekostnader och liknande resultatposter	9	-1 041	-815
<b>Resultat efter finansiella poster</b>		<b>-4 835</b>	<b>24 189</b>
Skatt på årets resultat	10	-1 431	-6 469
<b>Årets resultat hänförligt till moderbolagets aktieägare</b>		<b>-6 266</b>	<b>17 721</b>
<b>Övrigt totalresultat</b>			
<i>Poster som kommer att omklassificeras till resultatet</i>			
Omräkningsdifferens		-1 168	1 481
Derivat omklassificerat till rörelseresultat		893	1 524
Förändring verkligt värde derivat		-2 020	584
Skatteeffekt förändring verkligt värde derivat		248	-464
<b>Övrigt totalresultat</b>		<b>-2 047</b>	<b>3 125</b>
<b>Årets totalresultat hänförligt till moderbolagets aktieägare</b>		<b>-8 312</b>	<b>20 846</b>
<b>Resultat per aktie</b>			
Resultat per aktie före utspädning (SEK)	11	-1,09	3,08
Resultat per aktie efter utspädning (SEK)	11	-1,09	3,08
Föreslagen utdelning per aktie (SEK)		-	1,00
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 2017	31 dec 2016	Belopp i TSEK	Not	31 dec 2017	31 dec 2016
<b>TILLGÅNGAR</b>				<b>EGET KAPITAL OCH SKULDER</b>			
<b>Anläggningstillgångar</b>				<b>Eget kapital</b>			
<i>Immateriella anläggningstillgångar</i>				Aktiekapital (5 752 000 aktier)			
Hyresrätter och liknande rättigheter	1, 12	–	–			575	575
Rättigheter	1, 12	1 200	1 416	Övrigt tillskjutet kapital		26 367	27 025
Övriga immateriella anläggningstillg.	1, 12	3 285	6 488	Reserver		2 182	4 228
		4 484	7 905	Balanserade vinstmedel		61 878	73 896
<i>Materiella anläggningstillgångar</i>				<b>Summa eget kapital</b>			
Inventarier, verktyg och installationer	1, 13	13 036	17 769			91 002	105 725
		13 036	17 769	<b>Långfristiga skulder och avsättningar</b>			
<i>Finansiella anläggningstillgångar</i>				Avsättningar för uppskjuten skatt			
Övriga finansiella anläggningstillgångar	14	1 131	1 129		22	2 957	4 376
		1 131	1 129			2 957	4 376
<b>Summa anläggningstillgångar</b>		<b>18 651</b>	<b>26 803</b>	<b>Kortfristiga skulder</b>			
<b>Omsättningstillgångar</b>				Checkräkningskredit			
<i>Varulager m.m.</i>				Förskott från kunder			
Färdiga varor och handelsvaror	17	77 663	67 180			29 602	26 920
Förskott till leverantörer		1 627	4 662	Leverantörsskulder		1 097	1 110
		79 290	71 842	Derivatinstrument	19	29 337	28 270
<i>Kortfristiga fordringar</i>				Aktuella skatteskulder			
Kundfordringar	18	57 749	58 912	Övriga skulder		7 107	5 933
Derivatinstrument	19	836	787	Upplupna kostnader och förutbetalda intäkter	23	16 483	15 973
Övriga fordringar		150	541			87 750	83 289
Förutbetalda kostnader och upplupna intäkter	20	7 983	9 382	<b>SUMMA EGET KAPITAL OCH SKULDER</b>			
		66 718	69 623			<b>181 709</b>	<b>193 389</b>
Kassa och bank (likvida medel)		17 050	25 121				
<b>Summa omsättningstillgångar</b>		<b>163 058</b>	<b>166 586</b>				
<b>SUMMA TILLGÅNGAR</b>							
		<b>181 709</b>	<b>193 389</b>				

## KASSAFLÖDESANALYSER – KONCERNEN

Belopp i TSEK	2017	2016	Belopp i TSEK	2017	2016
<b>Den löpande verksamheten</b>			<b>Investeringsverksamheten</b>		
Rörelseresultat	-4 480	24 518	Förvärv av immateriella anläggningstillgångar	0	-2 129
<i>Justeringar för poster som inte ingår i kassaflödet:</i>			Förvärv av materiella anläggningstillgångar	-4 285	-19 863
Avskrivningar och nedskrivningar	12 102	9 207	Förvärv av finansiella tillgångar	0	-42
Omvärdering av derivat	-2 020	584	<b>Kassaflöde från investeringsverksamheten</b>	<b>-4 285</b>	<b>-22 034</b>
Kursvinster	10	832	<b>Finansieringsverksamheten</b>		
Erhållen ränta	686	486	Utbetald utdelning	-5 752	-8 628
Erlagd ränta	-1 041	-815	Premier teckningsoptioner	-	390
Betald skatt	-3 703	-3 133	<b>Kassaflöde från finansieringsverksamheten</b>	<b>-5 752</b>	<b>-8 238</b>
<b>Kassaflöde från den löpande verksamheten före förändringar av rörelsekapital</b>	<b>1 554</b>	<b>31 680</b>	<b>Årets kassaflöde</b>	<b>-10 556</b>	<b>-23 635</b>
Kassaflöde från förändringar i rörelsekapital			Likvida medel vid årets början	25 121	26 693
Ökning(-)/Minskning(+) av varulager	-10 816	-10 829	Utnyttjad checkkredit vid periodens början	26 920	-6 094
Ökning(-)/Minskning(+) av rörelsefordringar	5 333	-20 035	Likvida medel vid periodens början (netto)	-1 799	20 599
Ökning(+)/Minskning(-) av rörelseskulder	3 410	5 822	Kursdifferens i likvida medel	-198	1 237
<b>Kassaflöde från den löpande verksamheten</b>	<b>-519</b>	<b>6 637</b>	Förändring utnyttjad checkkredit	2 682	20 826
			Likvida medel vid periodens slut	17 050	25 121
			Utnyttjad checkkredit vid periodens slut	29 602	-26 920
			<b>Likvida medel vid årets slut (netto)</b>	<b>-12 553</b>	<b>-1 799</b>

## FÖRÄNDRING I KONCERNENS EGET KAPITAL

Belopp i TSEK	Aktiekapital	Övrigt tillskjutet kapital	Omräkningsdifferenser*	Verkligt värde reserv*	Balanserade vinstmedel	Summa eget kapital
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
<b>Eget kapital 31 december 2016</b>	<b>575</b>	<b>27 025</b>	<b>3 412</b>	<b>817</b>	<b>73 896</b>	<b>105 725</b>
Eget kapital 1 januari 2017	575	27 025	3 412	817	73 896	105 725
Utdelning	-	-	-	-	-5 752	-5 752
Tillskjutet kapital teckningsoptioner	-	-658	-	-	-	-658
Årets resultat	-	-	-	-	-6 266	-6 266
Övrigt totalresultat	-	-	-1 168	-878	-	-2 047
<b>Eget kapital 31 december 2017</b>	<b>575</b>	<b>26 367</b>	<b>2 243</b>	<b>-62</b>	<b>61 878</b>	<b>91 002</b>

\* Redovisas som reserver i Koncernens balansräkning.

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 finansierad med eget kapital. Allt eget kapital är hänförligt till moderbolagets aktieägare.

## RESULTATRÄKNINGAR – MODERBOLAGET

Belopp i TSEK	Not	2017	2016
<b>Rörelsens intäkter</b>			
Nettoomsättning	1	408 302	410 545
Övriga rörelseintäkter	2	852	1 148
<b>Total nettoomsättning</b>		<b>409 154</b>	<b>411 693</b>
<b>Rörelsens kostnader</b>			
Handelsvaror		-188 663	-179 347
Övriga externa kostnader	3,4	-155 283	-145 619
Personalkostnader	5	-67 228	-65 179
Avskrivningar av materiella och immateriella anläggningstillgångar	6	-5 922	-4 543
Övriga rörelsekostnader	7	-1 476	-570
<b>Rörelseresultat</b>		<b>-9 418</b>	<b>16 436</b>
<b>Resultat från finansiella poster</b>			
Ränteintäkter och liknande resultatposter	8	682	483
Räntekostnader och liknande resultatposter	9	-1 005	-792
Nedskrivning av aktier i dotterbolag	14	-6 461	-1 123
<b>Resultat efter finansiella poster</b>		<b>-16 202</b>	<b>15 004</b>
<b>Bokslutsdispositioner</b>			
Förändring periodiseringsfond		6 600	6 600
<b>Resultat före skatt</b>		<b>-9 602</b>	<b>21 604</b>
Skatt på årets resultat	10	440	-5 515
<b>Årets resultat</b>		<b>-9 162</b>	<b>16 089</b>
<b>MODERBOLAGETS TOTALRESULTAT</b>			
<b>Övrigt totalresultat</b>			
<i>Poster som kommer att omklassificeras till resultatet</i>			
Derivat omklassificerat till rörelseresultat		893	1 524
Förändring verkligt värde derivat		-2 020	584
Skatteeffekt förändring verkligt värde derivat		248	-464
<b>Övrigt totalresultat</b>		<b>-878</b>	<b>1 645</b>
<b>TOTALRESULTAT FÖR PERIODEN</b>		<b>-10 040</b>	<b>17 733</b>

## BALANSRÄKNINGAR – MODERBOLAGET

Belopp i TSEK	Not	31 dec 2017	31 dec 2016	Belopp i TSEK	Not	31 dec 2017	31 dec 2016
<b>TILLGÅNGAR</b>				<b>EGET KAPITAL OCH SKULDER</b>			
<i>Anläggningstillgångar</i>				<i>Eget kapital</i>			
<i>Immateriella anläggningstillgångar</i>				<i>Bundet eget kapital</i>			
Övriga immateriella anläggningstillgångar	12	590	1 049	Aktiekapital (5 752 000 aktier)		575	575
		590	1 049	Reservfond		1 628	1 628
						2 203	2 203
<i>Materiella anläggningstillgångar</i>				<i>Fritt eget kapital</i>			
Inventarier, verktyg och installationer	13	7 370	11 108	Överkursfond		26 635	26 635
		7 370	11 108	Fond för verkligt värde		-62	816
<i>Finansiella anläggningstillgångar</i>				Balanserad vinst		36 188	25 851
Andelar i koncernbolag	15	19 970	15 531	Årets resultat		-9 162	16 089
Övriga finansiella anläggningstillgångar	14	1 069	1 087			<b>53 599</b>	<b>69 391</b>
Fordringar hos koncernbolag	16	3 797	7 817			<b>55 802</b>	<b>71 594</b>
Uppskjuten skattefordran	22	18	-				
		<b>24 854</b>	<b>24 435</b>				
<b>Summa anläggningstillgångar</b>		<b>32 814</b>	<b>36 593</b>	Obeskattade reserver			
<i>Omsättningstillgångar</i>				Periodiseringsfonder	21	9 300	15 900
<i>Varulager m.m.</i>						9 300	15 900
Färdiga varor och handelsvaror	17	71 960	63 258	<i>Långfristiga skulder och avsättningar</i>			
Förskott till leverantörer		1 384	3 914	Avsättningar för uppskjuten skatt	22	-	102
		73 343	67 172			-	102
<i>Kortfristiga fordringar</i>				<i>Kortfristiga skulder</i>			
Kundfordringar	18	46 056	54 224	Checkräkningskredit		29 602	26 920
Derivatinstrument	19	836	787	Förskott från kunder		1 046	1 063
Fordringar hos koncernbolag	16	8 883	6 631	Leverantörsskulder		28 112	25 119
Skattefordringar		-	-	Skulder till koncernföretag		34 247	29 403
Övriga fordringar		78	473	Derivatinstrument	19	533	325
Förutbetalda kostnader och upplupna intäkter	20	6 373	6 825	Aktuella skatteskulder		1 930	4 067
		62 226	68 941	Övriga skulder		5 899	4 507
				Upplupna kostnader och förutbetalda intäkter	23	14 299	14 191
Kassa och bank (likvida medel)		12 387	20 484			115 668	105 594
<b>Summa omsättningstillgångar</b>		<b>147 956</b>	<b>156 597</b>	<b>SUMMA EGET KAPITAL OCH SKULDER</b>		<b>180 770</b>	<b>193 190</b>
<b>SUMMA TILLGÅNGAR</b>		<b>180 770</b>	<b>193 190</b>				

## KASSAFLÖDESANALYSER – MODERBOLAGET

Belopp i TSEK	2017	2016	Belopp i TSEK	2017	2016
<b>Den löpande verksamheten</b>			<b>Investeringsverksamheten</b>		
Rörelseresultat	-9 418	16 436	Förvärv av immateriella anläggningstillgångar	0	-598
<i>Justeringar för poster som inte ingår i kassaflödet:</i>			Förvärv av materiella anläggningstillgångar	-1 818	-11 767
Avskrivningar och nedskrivningar	6 015	5 916	Förvärv av finansiella anläggningstillgångar	-4 439	-2 532
Omvärdering av derivat	-2 020	584	<b>Kassaflöde från investeringsverksamheten</b>	<b>-6 256</b>	<b>-14 897</b>
Kursvinster/kursförluster	821	-332	<b>Finansieringsverksamheten</b>		
Erhållen ränta	682	483	Utbetald utdelning	-5 752	-8 628
Erlagd ränta	-1 005	-1 915	Ökning(-)/Minskning(+) av fordran koncernbolag	-2 441	-4 304
Betald skatt	444	-5 520	Övrigt	-	-129
<b>Kassaflöde från den löpande verksamheten före förändringar av rörelsekapital</b>	<b>-4 481</b>	<b>15 652</b>	<b>Kassaflöde från finansieringsverksamheten</b>	<b>-8 193</b>	<b>-13 061</b>
Kassaflöde från förändringar i rörelsekapital			<b>Årets kassaflöde</b>	<b>-11 394</b>	<b>-23 508</b>
Ökning(-)/Minskning(+) av varulager	-6 172	-9 557	Likvida medel vid årets början	20 484	23 346
Ökning(-)/Minskning(+) av rörelsefordringar	7 485	-18 781	Utnyttjad checkkredit vid periodens början	-26 920	-6 094
Ökning(+)/Minskning(-) av rörelseskulder	6 223	17 136	<b>Likvida medel vid periodens början (netto)</b>	<b>-6 436</b>	<b>17 251</b>
<b>Kassaflöde från den löpande verksamheten</b>	<b>3 055</b>	<b>4 449</b>	Kursdifferens i likvida medel	615	-179
			Förändring utnyttjad checkkredit	2 682	20 826
			Likvida medel vid periodens slut	12 387	20 484
			Utnyttjad checkkredit vid periodens slut	-29 602	-26 920
			<b>Likvida medel vid årets slut (netto)</b>	<b>-17 215</b>	<b>-6 436</b>

## FÖRÄNDRING I MODERBOLAGETS EGET KAPITAL

	Aktiekapital	Reservfond	Fond för verkligt värde*	Övrigt fritt eget kapital	Summa eget kapital
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	-	-	1 644	-	1 644
<b>Eget kapital 31 december 2016</b>	<b>575</b>	<b>1 628</b>	<b>816</b>	<b>68 575</b>	<b>71 594</b>
Eget kapital 1 januari 2017	575	1 628	816	68 575	71 594
Utdelning	-	-	-	-5 752	-5 752
Tillskjutet kapital teckningsoptioner	-	-	-	-	0
Årets resultat	-	-	-	-9 162	-9 162
Övrigt totalresultat	-	-	-878	-	-878
<b>Eget kapital 31 december 2017</b>	<b>575</b>	<b>1 628</b>	<b>-62</b>	<b>53 661</b>	<b>55 802</b>

\* Del av fritt eget kapital.

# REDOVISNINGSPRINCIPER OCH NOTER

## Redogörelse för viktiga redovisningsprinciper

Koncernredovisningen och årsredovisningen för Odd Molly International AB för det räkenskapsår som slutar den 31 december 2017 har den 27 mars 2018 godkänts av styrelsen och verkställande direktören för publicering den 28 mars och kommer att föreläggas årsstämman 2018 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 tillämpade 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.

## Tillämpade och ändrade redovisningsprinciper

Tillämpade redovisningsprinciper överensstämmer med de som tillämpades i årsredovisningen 2016. Ändringar av IFRS med tillämpning från och med 2017 har inte haft någon väsentlig effekt på koncernens redovisning.

## Nya IFRS och tolkningar som ännu inte börjat tillämpas

### IFRS 9 Finansiella instrument

Standarden träder i kraft 1 januari 2018 och är antagen av EU.

#### a) Klassificeringar och värdering

Bolaget förväntar sig ingen betydande effekt på balansräkningen eller eget kapital till följd av de nya klassificerings- och värderingskraven. Valutaderivat kommer fortsatt att värderas till verkligt värde inom nivå 2, dvs. verkligt värde fastställt utifrån värderingstekniker med observerbara marknadsdata. Övriga finansiella skulder klassificeras som övriga finansiella skulder värderade till upplupet anskaffningsvärde. Samtliga finansiella tillgångar och skulder löper med korta löptider och baserat på detta bedöms bokfört värde approximativt överensstämma med verkligt värde.

#### b) Nedskrivningar

Enligt IFRS 9 skall förväntade kreditförluster bokas för samtliga utestående instrument och fordringar. Bolaget har utvärderat dagens metod för värdering av kundfordringar och genomfört en noggrann analys av historik avseende nedskrivningar. Bolaget har historiskt haft låga kreditförluster, under 2017 uppgick dessa t.ex. till endast 0,17 procent av omsättningen. Bolagets bedömning är att övergången till IFRS 9 inte kommer att innebära några väsentliga effekter gällande nedskrivningar av kundfordringar.

#### c) Säkringsredovisning

Bolaget tillämpar säkringsredovisning för de derivatinstrument (valutaterminskontrakt) som används som skydd mot risker för valutakursförändringar kopplade till prognostiserat kassaflöden relaterade till varuflödet. Bolaget kommer även fortsättningsvis att redovisa dessa instrument enligt IAS 39 vilket är förenligt med IFRS 9.

## IFRS 15 Intäkter från avtal med kunder

Standarden träder i kraft 1 januari 2018 och är antagen av EU. Standarden innehåller en samlad modell för intäktsredovisning avseende kundkontrakt. Bolaget har utvärderat de typ av kontrakt och transaktioner som faller inom ramen för denna standard. Utvärderingen innefattar inkomstbortfall till följd av reklamationer och returer från kunder, intäkter från återförsäljarkunder med rätt att returnera varor efter avslutad säsong, intäkter från återförsäljarkunder med rätt till en nedsättning av priset inför rea-säsong samt intäkter och svinn genererade från konsignationskunder. Efter utvärderingen kvarstår bolagets tidigare bedömning att standarden inte kommer påverka koncernens redovisning.

## IFRS 16 Leasing

Standarden träder i kraft 1 januari 2019 och är antagen av EU. Bolaget har leasingkontrakt bland annat avseende butikslokaler och bilar som kommer att medföra en ökning av balansomslutningen.

## Koncernredovisning

### Grunder för konsolidering

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

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 förvärvats redovisas i koncernredovisningen enligt förvärvsmetoden. Detta gäller även direkt förvärvade rörelser. Förvärvsmetoden innebär bland annat att anskaffningsvärdet för aktierna, eller för den direkt förvärvade rörelsen, fördelas på förvärvade tillgångar, övertagna åtaganden och skulder vid förvärvstidpunkten på basis av dessas verkliga värden vid denna tidpunkt. Om anskaffningsvärdet överstiger verkligt värde på det förvärvade bolagets nettotillgångar utgör skillnaden goodwill. Om anskaffningsvärdet understiger verkligt värde på det förvärvade 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. Intäkterna består i huvudsak av försäljning av kläder och andra produkter inom Odd Mollys livsstilskoncept, såsom inredningsprodukter och accessoarer, via egna butiker, egen webshop och till återförsäljare. Intäkten redovisas då leverans har skett till kund enligt gällande försäljningsvillkor. Intäkter redovisas exklusive mervärdesskatt och netto efter returer och rabatter.

### Rörelsesegment

Bolaget redovisar för räkenskapsåret 2017 intäkter och rörelseresultat för tre segment; grossistverksamhet, detaljhandelsverksamhet och koncerngemensamma kostnader. Rörelseresultatet för respektive segment belastas av för segmentet direkta kostnader. Kostnader som inte är direkt hänförliga till grossist- eller detaljhandelsverksamheten redovisas i segmentet koncerngemensamma kostnader. Tidigare redovisades intäkter och rörelseresultat för två segment; grossistverksamhet och detaljhandelsverksamhet där de koncerngemensamma kostnaderna fördelades per segment efter en nyckel baserad på respektive segments andel av total varukostnad.

### 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 består i huvudsak av ordinarie kollektioner och provkollektioner. Varulagret värderas till det lägsta av anskaffningsvärdet och nettoförsäljningsvärdet. Provernas anskaffningsvärde består av varans produktionskostnad samt tull och frakt. Kostnaderna för att utveckla varuprovet (s.k. surcharges) kostnadsförs direkt i resultaträkningen under övriga externa kostnader. 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 väsentligt 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 anställde 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 anställde beror på hur mycket pengar som har betalats in och vilken avkastning pengarna har givit, till skillnad mot en förmånsbestämd pensionsplan där den anställde 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 hänför sig 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 utnyttjade underskottsavdragen

kan komma att utnyttjas. De uppskjutna skattefordringarnas redovisade värden prövas 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 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 netto försäljningsvärdet. 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 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	2017	2016
Sverige	295 940	305 702
Tyskland	23 510	23 417
Finland	14 648	15 550
Schweiz	16 007	13 682
USA	24 202	12 478
Övriga	56 110	51 723
	<b>430 417</b>	<b>422 552</b>

##### Moderbolaget

	2017	2016
Sverige	295 943	305 704
Tyskland	23 510	23 417
Schweiz	16 007	13 682
Finland	13 638	13 490
Norge	17 931	12 569
Övriga	41 273	41 683
	<b>408 302</b>	<b>410 545</b>

##### Anläggningstillgångar

Koncernen	2017	2016
Sverige	12 289	19 588
Norge	2 642	3 993
USA	3 126	2 162
Finland	594	1 059
	<b>18 651</b>	<b>26 803</b>

#### NOT 2 ÖVRIGA RÖRELSEINTÄKTER

Koncernen	2017	2016
Valutakursvinster och återvunna kundförluster	1 701	613
	<b>1 701</b>	<b>613</b>

##### Moderbolaget

Utförda managementtjänster dotterföretag	405	208
Övrigt (Valutakursvinster och återvunna kundförluster)	447	940
	<b>852</b>	<b>1 148</b>

**NOT 3  
ARVODE OCH KOSTNADSERSÄTTNING TILL REVISORER**

	2017	2016
<b>Moderbolaget</b>		
Ernst & Young revisionsuppdrag	560	495
Ernst & Young skatterådgivning	125	303
Ernst & Young övriga tjänster	35	86
	720	884
<b>Dotterbolag</b>		
– Marcum LLP revisionsuppdrag	87	124
– Ernst & Young revisionsuppdrag	177	124
– Ernst & Young skatterådgivning	65	86
	329	334
<b>Totalt koncernen</b>	<b>1 049</b>	<b>1 218</b>

**NOT 4  
LEASINGAVGIFTER AVSEENDE OPERATIONELL LEASING**

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

Koncernen	2017	2016
Inom ett år	17 956	18 832
Mellan ett och fem år	31 362	37 915
Efter fem år	5 903	8 618
<b>Årets leasingavgift</b>	<b>55 221</b>	<b>65 364</b>
varav hyreskontrakt för lokaler	48 226	64 162

Moderbolaget	2017	2016
Inom ett år	13 029	13 441
Mellan ett och fem år	15 475	20 867
Efter fem år	–	–
<b>Årets leasingavgift</b>	<b>28 504</b>	<b>34 309</b>
varav hyreskontrakt för lokaler	27 725	33 635

Koncernen har ingen finansiell leasing.

**NOT 5  
ANSTÄLLDA OCH PERSONALKOSTNADER**

**Medelantalet anställda**

Moderbolaget	2017	varav män, %	varav kvinnor, %	2016	varav män, %	varav kvinnor, %
Sverige	89	8	92	83	10	90
<b>Totalt i moderbolaget</b>	<b>89</b>	<b>8</b>	<b>92</b>	<b>83</b>	<b>10</b>	<b>90</b>

**Dotterbolag**

Danmark	1	–	100	1	–	100
Norge	3	–	100	2	–	100
USA	3	–	100	3	–	100
Sverige	4	–	100	2	–	100
Finland	3	–	100	3	–	100
<b>Totalt i dotterbolag</b>	<b>14</b>	<b>–</b>	<b>100</b>	<b>11</b>	<b>–</b>	<b>100</b>

<b>Koncernen totalt</b>	<b>102</b>	<b>7</b>	<b>93</b>	<b>94</b>	<b>9</b>	<b>91</b>
-------------------------	------------	----------	-----------	-----------	----------	-----------

**Könsfördelning i företagsledningen**

Andel kvinnor, %	2017	2016
<b>Moderbolaget</b>		
Styrelsen	50	50
Övriga ledande befattningshavare	83	83
<b>Koncernen totalt</b>		
Styrelsen	50	50
Övriga ledande befattningshavare	83	83

## Löner, andra ersättningar och sociala kostnader

	2017		2016	
	Löner och ersättningar	Sociala kostnader	Löner och ersättningar	Sociala kostnader
Moderbolaget	46 291	19 857	46 263	18 355
(varav pensionskostnad)		<sup>1)</sup> (4 029)		<sup>1)</sup> (3 286)
Odd Molly Inc.	2 257	502	2 018	424
(varav pensionskostnad)		(65)		(59)
Odd Molly Denmark ApS	496	6	481	5
(varav pensionskostnad)		(3)		(3)
Odd Molly Norge A/S	1 493	289	1 463	296
(varav pensionskostnad)		(41)		(43)
Odd Molly Finland OY	1 687	902	1 875	851
(varav pensionskostnad)		(870)		(741)
Odd Molly Sverige AB	1 422	611	746	304
(varav pensionskostnad)		(121)		(28)
<b>Koncernen totalt</b>	<b>53 646</b>	<b>21 556</b>	<b>52 846</b>	<b>19 931</b>
(varav pensionskostnad)				<sup>1)</sup> (3 392)

1) Av moderbolagets/koncernens pensionskostnader avser X 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

	2017		2016	
	Styrelse, VD och övriga ledande befattningshavare	Övriga anställda	Styrelse, VD och övriga ledande befattningshavare	Övriga anställda
<b>Moderbolaget</b>				
Sverige	9 066	37 225	9 456	36 807
(varav tantiem o.d.)	(-)	(-)	(1 522)	(-)
<b>Moderbolaget totalt</b>	<b>9 066</b>	<b>37 225</b>	<b>9 456</b>	<b>36 807</b>
(varav tantiem o.d.)	(-)	(-)	(1 522)	(-)
<b>Dotterbolag</b>				
Odd Molly Inc	-	2 257	-	2 018
(varav tantiem o.d.)	(-)	(-)	(-)	(-)
Odd Molly Denmark ApS	-	496	-	481
(varav tantiem o.d.)	(-)	(-)	(-)	(-)
Odd Molly Norway AS	-	1 493	-	1 463
(varav tantiem o.d.)	(-)	(-)	(-)	(-)
Odd Molly Finland OY	-	1 687	-	1 875
(varav tantiem o.d.)	(-)	(-)	(-)	(-)
Odd Molly Sverige AB	-	1 422	-	746
(varav tantiem o.d.)	(-)	(-)	(-)	(-)
<b>Dotterbolag totalt</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>-</b>
(varav tantiem o.d.)	(-)	(-)	(-)	(-)
<b>Koncernen totalt</b>	<b>9 066</b>	<b>44 580</b>	<b>9 456</b>	<b>43 390</b>
(varav tantiem o.d.)	(-)	(-)	(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 2017 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 2017 till 2 440 TSEK (2 289). Den verkställande direktören har rätt till en månatlig pensionsavsättning motsvarande 30 procent av lönen. Pensionskostnaderna 2017 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. Mellan företaget och verkställande direktören gäller en uppsägningstid om 12 månader vid uppsägning från bolagets sida och 6 månader vid uppsägning från verkställande direktörens sida.

Med ledande befattningshavare avses de fem personer som tillsammans med verkställande direktören utgjorde koncernledningen under 2017. I oktober minskades antalet ledande befattningshavare, då tjänsten som övergripande försäljningschef togs bort. Dennes lön är medtagen till och med oktober i den angivna lönesumman för 2017. Grundlönen till ledande befattningshavare, exklusive VD, för 2017 uppgick till 5 077 TSEK (5 095). Odd Molly betalar pensionspremier enligt avgiftsbestämd pensionsplan vilket motsvarar 16–23 procent av lönesumman. Pensionskostnader 2017 uppgick till 968 TSEK (811). Ledande befattningshavare har 3–6 månaders uppsägningstid.

Ersättningar till VD och övriga ledande befattningshavare har endast utgått i moderbolaget. Ingen rörlig ersättning i form av bonus har kostnadsförts för VD Anna Attemark och vVD Jennie Högstedt Björk under 2017. Under 2016 kostnadsfördes en summa om totalt 1 314 TSEK avseende detta.

### Ledande befattningshavares innehav av teckningsoptioner

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

	Antal tecknade optioner	Teckningskurs	Optionspremie	Förfall
Anna Attemark	150 000	44,00 kr	1,30 kr	19-01-31
Jennie Högstedt Björk	150 000	44,00 kr	1,30 kr	19-01-31
<b>Summa</b>	<b>300 000</b>			

### NOT 6

#### AVSKRIVNINGAR AV MATERIELLA OCH IMMATERIELLA ANLÄGGNINGSTILLGÅNGAR

Koncernen	2017	2016
Affärssystem	-598	-434
Rättigheter	-2 745	-2 745
Inventarier, verktyg och installationer	-8 666	-5 779
	<b>-12 009</b>	<b>-8 957</b>

#### Moderbolaget

	2017	2016
Affärssystem	-452	-317
Inventarier, verktyg och installationer	-5 470	-4 226
	<b>-5 922</b>	<b>-4 543</b>

### NOT 7

#### ÖVRIGA RÖRELSEKOSTNADER

Koncernen	2017	2016
Kursförluster på fordringar/skulder av rörelsekaraktär	-1 570	10
Förlust vid avyttring anläggningstillgång	-	-250
	<b>-1 570</b>	<b>-240</b>

#### Moderbolaget

	2017	2016
Kursförluster på fordringar/skulder av rörelsekaraktär	-1 476	-320
Förlust vid avyttring anläggningstillgång	-	-250
	<b>-1 476</b>	<b>-570</b>

**NOT 8  
FINANSIELLA INTÄKTER**

Koncernen	2017	2016
Ränteintäkter	23	11
Ränteintäkter, övriga	349	159
Dröjsmålsränta	314	316
	<b>686</b>	<b>486</b>
Moderbolaget	2017	2016
Ränteintäkter	20	8
Ränteintäkter, övriga	349	159
Dröjsmålsränta	314	316
	<b>682</b>	<b>483</b>

**NOT 9  
FINANSIELLA KOSTNADER**

Koncernen	2017	2016
Räntekostnader	-1 041	-815
	<b>-1 041</b>	<b>-815</b>
Moderbolaget	2017	2016
Räntekostnader	-1 005	-792
Nedskrivning av aktier/fordringar i dotterbolag*	-6 461	-1 123
	<b>-7 466</b>	<b>-1 915</b>

**NOT 10  
SKATT PÅ ÅRETS RESULTAT**

Koncernen	2017	2016
Aktuell skatt	-2 902	-7 651
Uppskjuten skatt	1 471	1 182
Skatt på schablonränta på periodiseringsfonder	-	-
	<b>-1 431</b>	<b>-6 469</b>
Moderbolaget	2017	2016
Aktuell skatt	71	-5 515
Uppskjuten skatt	369	-
Skatt på schablonränta på periodiseringsfonder	-	-
	<b>440</b>	<b>-5 515</b>

\* Under 2016 gjordes en nedskrivning av moderbolagets innehav av aktier i det finska dotterbolaget. Under 2017 gjordes en nedskrivning av moderbolagets fordringar på dotterbolagen i Finland (1,5 MSEK) och Norge (4,9 MSEK).

**Avstämning av effektiv skatt**

Koncernen	2017	2016
Resultat före skatt	-4 835	24 189
Skatt enligt gällande skattesats för moderbolaget 22%	1 064	-5 322
Effekt utländska skatter	-166	-7
Effekt befarade kundförluster	-169	177
Effekt övriga ej avdragsgilla kostnader	-2 489	-904
Skatt på schablonränta på periodiseringsfonder	-17	-26
Övrigt	347	-387
	<b>-1 431</b>	<b>-6 469</b>
Moderbolaget	2017	2016
Resultat före skatt	-9 602	21 604
Skatt enligt gällande skattesats för moderbolaget 22%	2 112	-4 753
Effekt befarade kundförluster	-169	177
Effekt övriga ej avdragsgilla kostnader	-1 851	-547
Skatt på schablonränta på periodiseringsfonder	-13	-23
Övrigt	360	-369
	<b>440</b>	<b>-5 515</b>

**Underskottsavdrag**

I Odd Molly Inc finns ett underskottsavdrag om ca 12,5 MSEK med en beräknad skatteeffekt om 2,6 MSEK. Underskottet kan 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	2017	2016
Resultat som är hänförligt till moderbolagets aktieägare (TSEK)	-6 266	17 721
Vägt genomsnittligt antal utestående stamaktier	5 752 000	5 752 000
Resultat per aktie före utspädning (SEK per aktie)	-1,09	3,08

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. Någon beräkning av detta för 2017 och 2016 har ej gjorts då ingen utspädning föreligger. De instrument som kan ge upphov till utspädning är de som redovisas i not 5 i tabellen på sidan 49.

**NOT 12****IMMATERIELLA ANLÄGGNINGSTILLGÅNGAR**

Koncernen	2017-12-31	2016-12-31
<i>Ackumulerade anskaffningsvärden</i>		
Vid årets början	22 566	20 435
Nyanskaffningar	–	2 129
Årets valutakursdifferenser	–	3
	<b>22 566</b>	<b>22 566</b>
<i>Ackumulerade avskrivningar enligt plan</i>		
Vid årets början	–14 661	–11 482
Årets avskrivning enligt plan på anskaffningsvärden	–3 421	–3 179
	<b>–18 082</b>	<b>–14 661</b>
<b>Redovisat värde vid periodens slut</b>	<b>4 484</b>	<b>7 905</b>
<b>Moderbolaget</b>	<b>2017-12-31</b>	<b>2016-12-31</b>
<i>Ackumulerade anskaffningsvärden</i>		
Vid årets början	7 359	6 762
Nyanskaffningar	–	598
	<b>7 359</b>	<b>7 359</b>
<i>Ackumulerade avskrivningar enligt plan</i>		
Vid årets början	–6 310	–5 993
Årets avskrivning enligt plan på anskaffningsvärden	–459	–317
	<b>–6 769</b>	<b>–6 310</b>
<b>Redovisat värde vid periodens slut</b>	<b>590</b>	<b>1 049</b>
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 18,1 MSEK, redovisas som en immateriell anläggningstillgång med en ekonomisk livslängd om 5 år.

**NOT 13****MATERIELLA ANLÄGGNINGSTILLGÅNGAR**

Koncernen	2017-12-31	2016-12-31
<b>Inventarier, verktyg och installationer</b>		
<i>Ackumulerade anskaffningsvärden</i>		
Vid årets början	30 946	12 476
Nyanskaffningar	4 285	19 863
Avyttringar och utrangeringar	–93	–1 405
Omklassificeringar	–3 054	–
Årets valutakursdifferenser	–	13
	<b>32 084</b>	<b>30 946</b>
<i>Ackumulerade avskrivningar enligt plan</i>		
Vid årets början	–13 177	–8 574
Avyttringar och utrangeringar	–	1 155
Omklassificeringar	–3 054	–
Årets avskrivning enligt plan på anskaffningsvärden	–8 822	–5 778
Årets valutakursdifferenser	–103	20
	<b>–19 048</b>	<b>–13 177</b>
<b>Redovisat värde vid periodens slut</b>	<b>13 036</b>	<b>17 769</b>
<b>Moderbolaget</b>	<b>2017-12-31</b>	<b>2016-12-31</b>
<i>Ackumulerade anskaffningsvärden</i>		
Vid årets början	22 369	12 006
Nyanskaffningar	1 818	11 768
Omklassificeringar	–3 054	–
Avyttringar och utrangeringar	–93	–1 405
	<b>21 040</b>	<b>22 369</b>
<i>Ackumulerade avskrivningar enligt plan</i>		
Vid årets början	–11 261	–8 190
Avyttringar och utrangeringar	–	1 155
Omklassificeringar	3 054	–
Årets avskrivning enligt plan på anskaffningsvärden	–5 458	–4 226
Årets valutakursdifferenser	–5	–
	<b>–13 670</b>	<b>–11 261</b>
<b>Redovisat värde vid periodens slut</b>	<b>7 370</b>	<b>11 108</b>
Nyttjandeperioden uppgår till	3–5 år	3–5 år

Materiella anläggningstillgångar består i moderbolaget och i hela koncernen till största delen av butiksinredning.

**NOT 14**  
**ÖVRIGA FINANSIELLA ANLÄGGNINGSTILLGÅNGAR**

Koncernen	2017-12-31	2016-12-31
<i>Ackumulerade anskaffningsvärden</i>		
Vid årets början	1 129	1 153
Nyanskaffningar	–	42
Avyttringar och utrangeringar	–	–66
Omklassificeringar	2	–
	<b>1 131</b>	<b>1 129</b>
Redovisat värde vid periodens slut	1 131	1 129
Nyttjandeperioden uppgår till	3–5 år	3–5 år

Moderbolaget	2017-12-31	2016-12-31
<i>Ackumulerade anskaffningsvärden</i>		
Vid årets början	1 087	1 153
Avyttringar och utrangeringar	–	–66
	<b>1 087</b>	<b>1 087</b>
Redovisat värde vid periodens slut	1 087	1 153

Finansiella anläggningstillgångar ovan avser hyresdepositioner för befintliga butiker.

**NOT 15**  
**ANDELAR I KONCERNBOLAG**

	2017-12-31	2016-12-31
Ingående ackumulerade anskaffningsvärden	33 769	31 237
Anskaffningar	4 439	2 532
<b>Utgående ackumulerade anskaffningsvärden</b>	<b>38 208</b>	<b>33 769</b>
Ingående ackumulerade nedskrivningar	–18 238	–17 115
Nedskrivning av aktier i dotterbolag	–	–1 123
<b>Utgående ackumulerade nedskrivningar</b>	<b>–18 238</b>	<b>–18 238</b>
Redovisat värde vid periodens slut	19 970	15 531

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 2017 har Odd Molly International AB lämnat aktieägartillskott till Odd Molly Norway A/S om 4439 TSEK,

**Specifikation av moderföretagets och koncernens innehav av andelar i koncernföretag**

Dotterbolag / Org nr / Säte	Andel andelar	Andel i %*	Redovisat värde
Odd Molly Inc., 06-1802963, Los Angeles, USA	1 000	100,0	170
Odd Molly Sverige AB, 556953-9066, Stockholm, Sverige	50 000	100,0	13 723
Odd Molly Denmark ApS, 32762050, Köpenhamn, Danmark	1 250	100,0	366
Odd Molly Finland Oy, Helsingfors, Finland	100	100,0	757
Odd Molly Norway AS, 912533611, Oslo, Norge	1 000	100,0	4 954
			<b>19 970</b>

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



**NOT 16  
FORDRINGAR HOS KONCERNBOLAG**

Moderbolaget	2017-12-31	2016-12-31
Accumulerade anskaffningsvärden		
Vid årets början	12 634	4 985
Tillkommande fordringar	4 118	7 469
Fordran på dotterbolag omvandlat till aktieägartillskott	-4 124	-
Årets valutakursdifferenser	51	180
<b>Redovisat värde vid periodens slut</b>	<b>12 680</b>	<b>12 634</b>

**NOT 17  
VARULAGER**

Lagervärdet i koncernen är per 31 december 2017 redovisat efter avdrag för inkurans som uppgick till 10 901 TSEK (10 423). Kostnaden för nedskrivningar under 2017 uppgick till 5 663 TSEK (4 417).

**NOT 18  
KUNDFORDRINGAR**

**Åldersanalys av kundfordringar**

Koncernen	2017-12-31	2016-12-31
Ej förfallna	32 466	38 024
< 30 dagar	10 848	11 276
31–60 dagar	3 643	2 921
61–90 dagar	5 191	3 916
> 90 dagar	5 602	2 775
	<b>57 749</b>	<b>58 912</b>

Moderbolaget	2017-12-31	2016-12-31
Ej förfallna	27 636	34 110
< 30 dagar	8 393	10 665
31–60 dagar	2 498	2 757
61–90 dagar	4 183	3 904
> 90 dagar	3 346	2 788
	<b>46 056</b>	<b>54 224</b>

Avsättningar för befarade kundförluster uppgår i koncernen till 4,8 procent (4) av totala kundfordringar. I moderbolaget är motsvarande avsättning 6,2 procent (4). Samtliga avsättningar avser kundfordringar äldre än 60 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 0,2 procent (0,17) av periodens omsättning.

**Avsättning för befarade kundförluster**

Koncernen	2017	2016
Avsättning vid årets början	-2 188	-2 991
Årets reserveringar, netto	-1 404	58
Konstaterade förluster	678	745
Valutakursdifferens	-	-
	<b>-2 914</b>	<b>-2 188</b>

Moderbolaget	2017	2016
Avsättning vid årets början	-2 185	-2 989
Årets reserveringar, netto	-1 365	78
Konstaterade förluster	678	726
	<b>-2 872</b>	<b>-2 185</b>

**NOT 19  
DERIVATINSTRUMENT**

	2017-12-31		2016-12-31	
	Tillgångar	Skulder	Tillgångar	Skulder
<b>Koncernen</b>				
Valutaterminskontrakt				
– kassafödessäkring	836	533	787	325
<b>Verkliga värden</b>	<b>836</b>	<b>533</b>	<b>787</b>	<b>325</b>
<b>Moderbolaget</b>				
Valutaterminskontrakt				
– kassafödessäkring	836	533	787	325
<b>Verkliga värden</b>	<b>836</b>	<b>533</b>	<b>787</b>	<b>325</b>

Det nominella beloppet för utestående valutaterminskontrakt uppgick per 31 december 2017 till 38 220 TSEK ( 51 500). Samtliga kontrakt har en återstående löptid som understiger 12 månader. Värdering av kategorin kassafödessäkring redovisade till verkligt värde sker baserat på observerbara marknadsdata som erhållits från bolagets bank, det vill säga enligt nivå 2 i värderingshierarkin enligt IFRS 13.

**NOT 20**  
**FÖRUTBETALDA KOSTNADER OCH UPPLUPNA INTÄKTER**

Koncernen	2017-12-31	2016-12-31
Hyseskostnader	4 662	4 877
Mässkostnader	585	855
Övriga poster	2 736	3 650
	<b>7 983</b>	<b>9 382</b>

Moderbolaget	2017-12-31	2016-12-31
Hyseskostnader	3 974	3 638
Mässkostnader	585	672
Övriga poster	1 813	2 515
	<b>6 373</b>	<b>6 825</b>

**NOT 21**  
**OBESKATTADE RESERVER**

**Periodiseringsfonder**

Moderbolaget	2017-12-31	2016-12-31
Avsatt vid taxering 2012	–	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	7 700
	<b>9 300</b>	<b>15 900</b>

Av beskattade reserver utgör 3 674 (4 686) 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 beskattade reserver redovisas till skattesats 22,0% (22,0).

Koncernen	2017-12-31	2016-12-31
<i>Uppskjuten skattefordran</i>		
Derivatinstrument	18	–
Internvinst i lager	699	412
	<b>717</b>	<b>412</b>
<i>Uppskjuten skatteskuld</i>		
Derivatinstrument	–	102
Obeskattade reserver	3 674	4 686
	<b>3 674</b>	<b>4 788</b>

Moderbolaget	2017-12-31	2016-12-31
<i>Uppskjuten skattefordran</i>		
Derivatinstrument	18	–
	<b>18</b>	<b>–</b>
<i>Uppskjuten skatteskuld</i>		
Derivatinstrument	–	102
	<b>–</b>	<b>102</b>

**NOT 23**  
**UPPLUPNA KOSTNADER OCH FÖRUTBETALDA INTÄKTER**

Koncernen	2017-12-31	2016-12-31
Försäljningsprovisioner	1 143	1 236
Semesterlöneskuld	3 468	4 242
Upplupna löner	1 333	2 414
Sociala avgifter semesterlöneskuld	1 106	1 313
Särskild löneskatt	1 807	1 631
Övriga poster	7 625	5 137
	<b>16 483</b>	<b>15 973</b>

Moderbolag	2017-12-31	2016-12-31
Försäljningsprovisioner	1 143	1 236
Semesterlöneskuld	2 907	3 640
Upplupna löner	1 333	2 414
Sociala avgifter semesterlöneskuld	913	1 144
Särskild löneskatt	1 774	1 631
Övriga poster	6 229	4 126
	<b>14 299</b>	<b>14 191</b>

**NOT 24**  
**STÄLLDA SÄKERHETER OCH EVENTUALFÖRPLIKTELSE**

Koncern och moderbolaget	2017-12-31	2016-12-31
Företagsinteckningar	30 000	30 000
Pantsatta fordringar	10 220	8 397
Eventualförpliktelser	1 415	1 415

Företagsinteckningarna är ställda som säkerhet gentemot bank för att fungera som säkerhet för importremburser och checkräkningskredit. Pantsatta fordringar avser säkerhet för fakturabelåningskredit.

## 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
<b>Summa finansiella tillgångar</b>	<b>85 323</b>	<b>787</b>	<b>0</b>	<b>86 110</b>	<b>86 110</b>
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
<b>Summa finansiella skulder</b>	<b>0</b>	<b>325</b>	<b>61 122</b>	<b>61 448</b>	<b>61 448</b>
2017	Kundfordringar och lånefordringar	Kassaflödes- säkringar	Finansiella skulder	Summa redovisat värde	Verkligt värde
Kundfordringar och lånefordringar	57 749	–	–	57 749	57 749
Derivatinstrument	–	836	–	836	836
Övriga omsättningstillgångar	150	–	–	150	150
Kassa och bank	17 050	–	–	17 050	17 050
<b>Summa finansiella tillgångar</b>	<b>74 949</b>	<b>836</b>	<b>0</b>	<b>75 785</b>	<b>75 785</b>
Checkräkningskredit	–	–	29 602	29 602	29 602
Leverantörsskulder	–	–	29 337	29 337	29 337
Derivatinstrument	–	533	–	533	533
Övriga skulder	–	–	7 107	7 107	7 107
<b>Summa finansiella skulder</b>	<b>0</b>	<b>533</b>	<b>66 046</b>	<b>66 579</b>	<b>66 579</b>

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, 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

### Valutaterminkontrakt – kassaflödessäkring

	Inom 3 månader	Mellan 4 till 6 månader	Mellan 7 till 9 månader	Mellan 10 till 12 månader
Utflöde	7 850	–	–	–
Inflöde	30 531	10 981	4 559	–

## 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 34 – 35.

### Valutakursförändringar

Odd Molly exponeras för valutarisk vid inköp från leverantörer samt vid försäljning till utlandet. Cirka 65 procent av inköpen sker i EUR och 35 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 valutavängningar 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 valutavängningar. Bolagets målsättning är att säkra cirka 50 procent av nettotransaktionsexponeringen. Baserat på 2017 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 +/- 3,4 MSEK. Ovanstående räkneexempel utgår från koncernens varuförsäljning och varuinköp under 2017 och tar inte hänsyn till eventuella korrelerande faktorer eller att dessa även kan påverka andra poster i resultaträkningen.

	2017		2016	
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	-3,4	+3,4	-5,5	+5,5
Förändring på eget kapital, MSEK	-2,5	+2,5	-4,5	+4,5

### Refinansierings-, ränte- och kreditrisk

Odd Molly har i dagsläget rörelsekapitalfinansiering via checkkredit. Totalt kreditutrymme för checken var vid årets slut 40 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 erlägga 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 tre segment; grossistverksamhet, detaljhandelsverksamhet och koncerngemensamma kostnader. Rörelseresultatet för respektive segment belastas av för segmentet direkta kostnader. Kostnader som inte är direkt hänförliga till grossist- eller detaljhandelsverksamheten redovisas i segmentet koncerngemensamma kostnader. Som koncerngemensamma kostnader klassas driftskostnader som inte är direkt hänförliga till grossist- eller detaljhandelsverksamheten. Exempel är kostnader för design, produktion och marknadsföring som inte går att hänföra till respektive försäljningssegment samt gemensamma administrativa kostnader för ekonomi, logistik och IT. Till detta segment har även resultat från finansiella poster klassificerats. Tidigare redovisades intäkter och rörelseresultat för två segment; grossistverksamhet och detaljhandelsverksamhet där de koncerngemensamma kostnaderna fördelades per segment efter en nyckel baserad på respektive segments andel av total varukostnad.

### Intäkter och rörelseresultat per segment

	2017-12-31	2016-12-31
<b>Grossistverksamhet</b>		
Intäkter	210 968	228 022
Rörelseresultat	34 458	53 435
Resultat från finansiella poster	–	–
Resultat efter finansiella poster	34 458	53 435
<b>Detaljhandelsverksamhet</b>		
Intäkter	221 150	195 142
Rörelseresultat	30 972	42 717
Resultat från finansiella poster	–	–
Resultat efter finansiella poster	30 972	42 717
<b>Koncerngemensamma kostnader</b>		
Rörelseresultat	–69 910	–71 634
Resultat från finansiella poster	–355	–329
Resultat efter finansiella poster	–70 265	–71 963
<b>Total</b>		
Intäkter	432 118	423 164
Rörelseresultat	–4 480	24 518
Resultat från finansiella poster	–355	–329
Resultat efter finansiella poster	–4 835	24 189

## NOT 29 TRANSAKTIONER MED NÄRSTÅENDE

Moderbolagets försäljning av produkter och tjänster till dotterbolaget Odd Molly Inc uppgår 2017 till 906 TSEK (460).

Moderbolagets försäljning av produkter och tjänster till dotterbolaget Odd Molly Denmark ApS uppgår 2017 till 61 TSEK (116).

Moderbolagets försäljning av produkter och tjänster till dotterbolaget Odd Molly Finland OY uppgår 2017 till 4 074 TSEK (3 188).

Moderbolagets försäljning av produkter och tjänster till dotterbolaget Odd Molly Norge AS uppgår 2017 till 4 609 TSEK (4 593).

Inga övriga transaktioner med närstående har skett under 2017 förutom de som anges ovan.

## 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. Med hänsyn till årets resultat och kassaflöde samt de fortsatta utmaningar och möjligheter bolaget står inför föreslår styrelsen årsstämman att ingen utdelning lämnas för räkenskapsåret 2017. För räkenskapsåret 2016 lämnades en utdelning om 1,00 SEK per aktie.

### Förslag till disposition beträffande bolagets vinst

Till årsstämmans förfogande står följande vinstmedel (TSEK):

Överkursfond	26 635
Fond för verkligt värde	-62
Balanserad vinst	36 188
Årets resultat	-9 162
<b>Summa</b>	<b>53 599</b>

Styrelsen föreslår att vinstmedlen disponeras så att:

Till aktieägare utdelas	-
Balanseras i ny räkning	53 599
<b>Summa</b>	<b>53 599</b>

## NOT 31 HÄNDELSE EFTER BALANSDAGEN

Den 5 februari offentliggjordes att Anna Attemark informerat styrelsen att hon önskar lämna sin roll som VD för Odd Molly för att anta ett nytt operativt uppdrag utanför bolaget. Styrelsen har beslutat att utse Jennie Högstedt Björk, idag vice VD och sortimentschef, till hennes efterträdare. Vd-skiftet kommer att ske senast under augusti 2018.

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

Stockholm den 27 mars 2018

Patrik Tillman  
*Ordförande*

Mia Arnhult  
*Styrelseledamot*

Jacob Wall  
*Styrelseledamot*

Kia Orback Pettersson  
*Styrelseledamot*

Elin Ryer  
*Styrelseledamot*

Nils Vinberg  
*Styrelseledamot*

Anna Attemark  
*Verkställande direktör*

Vår revisionsberättelse har lämnats den 28 mars 2018

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 räkenskapsåret 2017 med undantag för bolagsstyrningsrapporten och hållbarhetsrapporten på sidorna 68 – 71 respektive 22-29. Bolagets årsredovisning och koncernredovisning ingår på sidorna 32 – 60 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 2017 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 2017 och av dess finansiella resultat och kassaflöde för året enligt International Financial Reporting Standards (IFRS), så som de antagits av EU, och årsredovisningslagen. Våra uttalanden omfattar inte bolagsstyrningsrapporten och hållbarhetsrapporten på sidorna 68 – 71 respektive 22 – 29. Förvaltningsberättelsen är förenlig med årsredovisningens och koncernredovisningens övriga delar.*

*Vi tillstyrker därför att bolagsstämman fastställer resultaträkningen och balansräkningen för moderbolaget och koncernen. Våra uttalanden i denna rapport om årsredovisningen och koncernredovisningen är förenliga med innehållet i den kompletterande rapport som har överlämnats till moderbolagets revisionsutskott i enlighet med Revisorsförordningen (537/2014) artikel II.*

### 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. Detta innefattar att, baserat på vår bästa kunskap och övertygelse, inga förbjudna tjänster som avses i Revisorsförordningens (537/2014) artikel 5.1 har tillhandahållits det granskade bolaget eller, i förekommande fall, dess moderföretag eller dess kontrollerade företag inom EU.*

*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. Beskrivningen nedan av hur revisionen genomfördes inom dessa områden ska läsas i detta sammanhang. Vi har fullgjort de skyldigheter som beskrivs i avsnittet Revisorns ansvar i vår rapport om årsredovisningen också inom dessa områden. Därmed genomfördes revisionsåtgärder som utformats för att beakta vår bedömning av risk för väsentliga fel i årsredovisningen och koncernredovisningen. Utfallet av vår granskning och de granskningsåtgärder som genomförts för att behandla de områden som framgår nedan utgör grunden för vår revisionsberättelse.*

### INTÄKTER BESKRIVNING AV OMRÅDET

*Nettoomsättningen uppgår för år 2017 till 430 417 Tkr i koncernen och 408 302 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.

#### HUR DETTA OMRÅDE BEAKTADES I REVISIONEN

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

##### BESKRIVNING AV OMRÅDET

Varulagret uppgår för år 2017 till 77 663 Tkr i koncernen och 71 960 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.

#### HUR DETTA OMRÅDE BEAKTADES I REVISIONEN

Vi har granskat bolagets system för prissättning av artiklar i lager, hantering av in- och utleveranser i lager samt kontroll av lager-systemet. Vi har också granskat bolagets bedömning av inkurans i lager genom deltagande i inventering, uppföljning av försäljningsstatistik och analys av omsättningshastighet. Upplýsingar 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 22 – 29 samt 68 – 71. 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.

#### 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. Som del av en revision enligt ISA använder vi professionellt omdöme och har en professionellt skeptisk inställning under hela revisionen. Dessutom:

- identifierar och bedömer vi riskerna för väsentliga felaktigheter i årsredovisningen och koncernredovisningen, vare sig dessa beror på oegentligheter eller på fel, utformar och utför granskningsåtgärder bland annat utifrån dessa risker och inhämtar revisionsbevis som är tillräckliga och ändamålsenliga för att utgöra en grund för våra uttalanden. Risken för att inte upptäcka en väsentlig felaktighet till följd av oegentligheter är högre än för en väsentlig felaktighet som beror på fel, eftersom oegentligheter kan innefatta agerande i maskopi, förfalskning, avsiktliga utelämnanden, felaktig information eller åsidosättande av intern kontroll.
- skaffar vi oss en förståelse av den del av bolagets interna kontroll som har betydelse för vår revision för att utforma granskningsåtgärder som är lämpliga med hänsyn till omständigheterna, men inte för att uttala oss om effektiviteten i den interna kontrollen.
- utvärderar vi lämpligheten i de redovisningsprinciper som används och rimligheten i styrelsens och verkställandets uppskattningar i redovisningen och tillhörande upplysningar.
- drar vi en slutsats om lämpligheten i att styrelsen och verkställande direktören använder antagandet om fortsatt drift vid upprättandet av årsredovisningen och koncernredovisningen. Vi drar också en slutsats, med grund i de inhämtade revisionsbevisen, om det finns någon väsentlig osäkerhetsfaktor som avser sådana

händelser eller förhållanden som kan leda till betydande tvivel om bolagets förmåga att fortsätta verksamheten. Om vi drar slutsatsen att det finns en väsentlig osäkerhetsfaktor, måste vi i revisionsberättelsen fästa uppmärksamheten på upplysningarna i årsredovisningen om den väsentliga osäkerhetsfaktorn eller, om sådana upplysningar är otillräckliga, modifiera uttalandet om årsredovisningen och koncernredovisningen. Våra slutsatser baseras på de revisionsbevis som inhämtas fram till datumet för revisionsberättelsen. Dock kan framtida händelser eller förhållanden göra att ett bolag inte längre kan fortsätta verksamheten.

- utvärderar vi den övergripande presentationen, strukturen och innehållet i årsredovisningen och koncernredovisningen, däribland upplysningarna, och om årsredovisningen och koncernredovisningen återger de underliggande transaktionerna och händelserna på ett sätt som ger en rättvisande bild.
- inhämtar vi tillräckliga och ändamålsenliga revisionsbevis avseende den finansiella informationen för enheterna eller affärsaktiviteterna inom koncernen för att göra ett uttalande avseende koncernredovisningen. Vi ansvarar för styrning, övervakning och utförande av koncernrevisionen. Vi är ensamt ansvariga för våra uttalanden.

Vi måste informera styrelsen om bland annat revisionens planerade omfattning och inriktning samt tidpunkten för den. Vi måste också informera om betydelsefulla iakttagelser under revisionen, däribland de eventuella betydande brister i den interna kontrollen som vi identifierat. Vi måste också förse styrelsen med ett uttalande om att vi har följt relevanta yrkesetiska krav avseende oberoende, och ta upp alla relationer och andra förhållanden som rimligen kan påverka vårt oberoende, samt i tillämpliga fall tillhörande motåtgärder. Av de områden som kommuniceras med styrelsen fastställer vi vilka av dessa områden som varit de mest betydelsefulla för revisionen av årsredovisningen och koncernredovisningen, inklusive de viktigaste bedömda riskerna för väsentliga felaktigheter, och som därför utgör de för revisionen särskilt betydelsefulla områdena. Vi beskriver dessa områden i revisionsberättelsen såvida inte lagar eller andra författningar förhindrar upplysning om frågan.

## 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 räkenskapsåret 2017 samt av förslaget till dispositioner beträffande bolagets vinst eller förlust.

Vi tillstyrker att bolagsstämman disponerar vinsten 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 försummelse som kan föranleda ersättningskyldighet 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 ersättningskyldighet mot bolaget, eller att ett förslag till dispositioner av bolagets vinst eller förlust inte är förenligt med aktiebolagslagen.

Som en del av en revision enligt god revisionssed i Sverige använder vi professionellt omdöme och har en professionellt skeptisk inställning under hela revisionen. Granskningen av förvaltningen och förslaget till dispositioner av bolagets vinst eller förlust grundar sig främst på revisionen av räkenskaperna. Vilka tillkommande granskningsåtgärder som utförs baseras på vår professionella bedömning med utgångspunkt i risk och väsentlighet. Det innebär att vi fokuserar granskningen på sådana åtgärder, områden och förhållanden som är väsentliga för verksamheten och där avsteg och överträdelser skulle ha särskild betydelse för bolagets situation. Vi går igenom och prövar fattade beslut, beslutsunderlag, vidtagna åtgärder och andra förhållanden som är relevanta för vårt uttalande om ansvarsfrihet. Som underlag för vårt uttalande om styrelsens förslag till dispositioner beträffande bolagets vinst eller förlust har vi granskat om förslaget är förenligt med aktiebolagslagen.

### REVISORNS GRANSKNING AV BOLAGSSTYRNINGSRAPPORTEN

Det är styrelsen som har ansvaret för bolagsstyrningsrapporten på sidorna 68 – 71 och för att den är upprättad i enlighet med årsredovisningslagen.

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 jämför 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.

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 årsredovisningens och koncernredovisningens övriga delar samt i överensstämmelse med årsredovisningslagen.

### REVISORNS YTTRANDE AVSEENDE DEN LAGSTADGADE HÅLLBARHETSRAPPORTEN

Det är styrelsen som har ansvaret för hållbarhetsrapporten på sidorna 22 – 29 och för att den är upprättad i enlighet med årsredovisningslagen.

Vår granskning har skett enligt FARs rekommendation RevR 12 Revisorns yttrande om den lagstadgade hållbarhetsrapporten. Detta innebär att vår granskning av hållbarhetsrapporten 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 mig (oss) tillräcklig grund för vårt uttalande.

En hållbarhetsrapport har upprättats.

Ernst & Young AB utsågs till Odd Molly International ABs revisor av bolagsstämman den 4 maj 2017 och har varit bolagets revisor sedan 27 april 2007.

Stockholm den 28 mars 2018

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 över vaka 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.*

### **BOLAGSORDNINGSAÄNDRINGAR**

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

### **ÅRSSTÄMMA 2018**

*Odd Mollys årsstämma för räkenskapsåret 2017 kommer att hållas den 4 maj 2018 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](http://www.oddmolly.com) och på sidan 80 i denna årsredovisning.*

### **VALBEREDNING**

*Vid årsstämman 2009 beslutades att bolaget ska ha en valberedning. Valberedningen inför årsstämman den 4 maj 2018 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 och Christer Andersson anses oberoende till bolaget, bolagsledningen och dess största ägare. Rutger Arnhult anses oberoende till bolaget och bolagsledningen, men inte till dess största ägare.*

### **STYRELSEN**

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

*Mia Arnhult, Elin Ryer, Patrik Tillman och Jacob Wall anses som oberoende till bolaget och bolagsledningen, men inte till dess större ägare. Kia Orback Pettersson och Nils Vinberg anses oberoende till bolaget, bolagsledningen och dess större ägare. För närmare presentation av Odd Mollys styrelse se sidorna 74 – 75.*

## STYRELSENS ERSÄTTNING

Till styrelsens ordförande och ledamöter har ett arvode för 2017 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 2017 har styrelsen haft nio 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

	2017	2016	2015	2014
Mia Arnhult	9	10	9	10
Lennart Björk (Avgick vid årsstämman 2017)	1	6	8	9
Kia Orback Pettersson	9	9	8	9
Elin Ryer	9	8	6	–
Patrik Tillman	9	10	9	10
Nils Vinberg	9	9	8	10
Jacob Wall (Invald vid årsstämman 2017)	5	–	–	–
Totalt antal möten	9	10	9	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.

## ERSÄTTNINGSPÅSKOTT

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 2017 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 2017 uppgick ersättningen till revisorerna avseende moderbolaget till 720 TSEK, varav 560 TSEK avsåg revisionsarbete. Motsvarande belopp för koncernen är 1 049 TSEK respektive 824 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 2017 av Anna Attemark (VD), Jennie Högstedt Björk, Johanna Palm, Kristin Roos och Linn Thor. För närmare presentation av koncernledningen se sidorna 76–77.

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

## ERSÄTTNING TILL VD OCH LEDANDE BEFATTNINGSHAVARE

Grundlönen till verkställande direktören uppgick 2017 till 2 440 TSEK (2 289). Den verkställande direktören har rätt till en månatlig pensionsavsättning motsvarande 30 procent av lönen. Pensionskostnaderna 2017 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 2017. I oktober minskades antalet ledande befattningshavare, då tjänsten som övergripande försäljningschef togs bort.

Dennes lön är medtagen till och med oktober i den angivna lönesumman för 2017. Grundlönen till ledande befattningshavare, exklusive VD, för 2017 uppgick till 5 077 TSEK (5 095). Odd Molly betalar pensionspremier enligt avgiftsbestämd pensionsplan vilket motsvarar 16 – 23 procent av lönesumman. Pensionskostnader 2017 uppgick till 968 TSEK (811). Ledande befattningshavare har 3 – 6 månaders uppsägningstid.

Ersättningar till VD och övriga ledande befattningshavare har endast utgått i moderbolaget. Ingen rörlig ersättning i form av bonus har kostnadsförts för VD Anna Attemark och vVD Jennie Högstedt Björk under 2017. Under 2016 kostnadsfördes en summa om totalt 1 314 TSEK avseende detta.

## INCITAMENTSPROGRAM

Inom Odd Molly fanns vid årets slut ett utestående incitamentsprogram baserat på teckningsoptioner i Odd Molly Sverige AB. Optionsprogrammet fastställdes vid en extra bolagsstämma den 24 februari 2016 där 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 vVD.

## 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 policier, 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 omarbeting av dessa styrdo- kument 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 styrelsens 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 försiktsbetalning 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.

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.

### INFORMATION OCH KOMMUNIKATION

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.

### 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 30–31 samt under avsnittet Odd Molly-aktien och ägarförhållanden i förvaltningsberättelsen.

### MÅNGFALDSPOLICY

Odd Molly, genom valberedningen, tillämpar regel 4.1 i Svensk kod för bolagsstyrning som mångfaldspolicy vid framtagande av förslag till val av styrelseledamöter. Regeln innebär att styrelsen ska ha en med hänsyn till bolagets verksamhet, utvecklingsskede och förhållanden i övrigt ändamålsenlig sammansättning, präglad av mångsidighet och bredd avseende de bolagsstämموvalda ledamöternas kompetens, erfarenhet och bakgrund. En jämn könsfördelning ska eftersträvas. Målet med mångfaldspolicyn är att tillgodose vikten av tillräcklig mångfald i styrelsen när det gäller kön, ålder och nationalitet samt erfarenheter, yrkesbakgrund och affärsområden. Valberedningen konstaterade inför årsstämman 2017 att föreslagna ledamöter besitter den mångsidighet och bredd i fråga om kompetens, erfarenhet och bakgrund som erfordras för att förstå bolagets verksamhet. Det konstaterades vidare att förslaget innebär att styrelsen kommer att bestå av tre män och tre kvinnor och att andelen kvinnor då uppgår till 50 procent. Detta är i linje med Bolagsstyrningskollegiets uttalade mål om en andel på cirka 40 procent för det minst företrädda könet.

Styrelsen, den 27 mars 2018

# REVISORS YTTRANDE OM BOLAGSSTYRNINGSRAPPORTEN

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

## **UPPDRAG OCH ANSVARFÖRDELNING**

*Det är styrelsen som har ansvaret för bolagsstyrningsrapporten för år 2017 på sidorna 68 – 71 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. Upplýsningar 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 28 mars 2018*

*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, Kattvik Financial Services  
AB med dotterbolag, PFG Group AB, Recence  
Fastighets AB samt Stocksund Financial  
Services AB.

Bakgrund: Tidigare finansanalytiker på Alfred  
Berg Fondkommission AB, lång erfarenhet från  
detaljhandel via olika uppdrag.

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

Anses som oberoende till bolaget och  
bolagsledningen men inte till dess större ägare.

## MIA ARNHULT

Född 1969

Styrelseledamot sedan 2008.

Utbildning: Civilekonom.

Andra uppdrag: VD och styrelseledamot i  
M2 Asset Management AB, M2 Gruppen  
AB och M2 Gruppen 1 AB. VD för Locellus  
AB och Arnhult Invest AB. Styrelseledamot i  
Bactiguard Holding AB, Footway Group AB,  
Devyser Holding AB, Devyser AB, Suburban  
Properties Stockholm AB med dotterbolag, M2  
Capital Management AB samt 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  
bolagsledningen men inte till dess större ägare.

## KIA ORBACK PETERSSON

Född 1959

Styrelseledamot sedan 2013.

Utbildning: Civilekonom, Lunds universitet.

Andra uppdrag: Partner i Konceptverkstan.  
Styrelseordförande i Teracom AB, Mediaplanet  
International AB, S:t Eriks vårdbolag AB  
och Riksdalen AB. Styrelseledamot i JM AB,  
Kungleden 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: Grundare och VD 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  
bolagsledningen 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 och Vinberg Management AB.  
Styrelseledamot i Lexington Company AB.

Bakgrund: Tidigare styrelseordförande och VD  
i Björn Borg AB, styrelseordförande i Eton AB.

Innehav: 0 aktier.\*

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

## JACOB WALL

Född 1973

Styrelseledamot sedan 2017.

Utbildning: Studier i finansiell ekonomi,  
ekonomisk historia samt statskunskap vid  
Stockholms- och Uppsala Universitet samt  
Exeter University.

Andra uppdrag: Affärsutvecklingsdirektör på  
Axel Johnson AB. Styrelseordförande i Novax  
och Skincity samt styrelseledamot i Electra  
Gruppen och New Moon AB.

Bakgrund: Partner och rådgivare vid företags-  
affärer på ABG Sundal Collier och dessförinnan  
vice VD och medgrundare till hedgefonden  
Alcur samt 9 år som aktieanalytiker på ABG  
Sundal Collier och Alfred Berg.

Innehav: 0 aktier.

Anses som oberoende till bolaget och  
bolagsledningen men inte till dess större ägare.

## HUVUDANSVARIG REVISOR

Jonas Svensson, född 1968.

Auktoriserad revisor, Ernst & Young AB.



Patrik Tillman



Mia Arnhult



Kia Orback Pettersson



Elin Ryer



Nils Vinberg



Jacob Wall

## 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.\*

### 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 Textiltkniska 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: Fil.kand. Service Management med inriktning Retail, Lunds universitet.

Bakgrund: Bakgrund inom retail med fem 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 företaget. 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 2018



Anna Attemark



Jennie Högstedt Björk



Johanna Palm



Kristin Roos



Linn Thor





## 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 risken innebär det 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 fredagen den 4 maj 2018 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 fredagen den 27 april 2018;
- Dels senast fredagen den 27 april 2018 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](mailto: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 fredagen den 27 april 2018, då sådan omregistrering ska vara verkställd.

## UTDELNING

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.

Med hänsyn till årets resultat och kassaflöde samt de fortsatta utmaningar och möjligheter bolaget står inför föreslår styrelsen årsstämman att ingen utdelning lämnas för räkenskapsåret 2017. För räkenskapsåret 2016 lämnades en utdelning om 1,00 SEK per aktie.

## KOMMANDE INFORMATIONSTILLFÄLLEN

- Delårsrapport för det första kvartalet, januari – mars 2018, avges 4 maj 2018.
- Årsstämma 2017 hålls i Stockholm den 4 maj 2018.
- Delårsrapport för det andra kvartalet, april – juni 2018, avges den 16 augusti 2018.
- Delårsrapport för det tredje kvartalet, juli – september 2018, avges den 26 oktober 2018.



