

Ordervärde för höst/vinter 2011 uppgår till 140 MSEK

Odd Mollys nyligen avslutade införsäljning av höst- och vinterkollektionerna 2011 visar på ett ordervärde på cirka 140 MSEK, vilket är omkring 20 procent lägre jämfört med de cirka 175 MSEK för motsvarande kollektioner året innan. Rensat för negativa valutaeffekter var ordervärdet höst/vinter 2011 cirka 15 procent lägre än för höst/vinter 2010. I likhet med tidigare år tillkommer för andra halvåret en pre spring-kollektion med orderläggning i samband med höstens införsäljning av vår/sommar 2012.

– En generellt svag klädmarknad på flera av våra viktigaste marknader den gångna säsongen i kombination med en ogynnsam sortimentsmix i Odd Mollys höstkollektion 2010 har påverkat orderläggningen av den kommande säsongens kollektion negativt. Vi ser också att det ekonomiska läget på många av Odd Mollys marknader är fortsatt tufft. Vi har påbörjat arbetet med att justera prismix, optimera kollektionserbudandet och förstärka säljinsatserna och synligt resultat förväntas successivt under det kommande året, säger Christina Tillman, VD i Odd Molly.

Ordervärdet för höst/vinter 2011 uppgick till cirka 140 MSEK, jämfört med ett ordervärde på cirka 175 MSEK för motsvarande kollektioner föregående år. Ordervärdet för höst/vinter 2011 var cirka 20 procent lägre än för ett år sedan, och cirka 15 procent lägre rensat för negativa valutaeffekter. Av ordervärdet avser cirka 16 MSEK pre-fall-varor som levereras i juni. I det totala ordervärdet ingår order från externa återförsäljare samt order till de egna butikerna i Stockholm, Los Angeles och Köpenhamn.



Bilder från Odd Mollys presentation av höst- och vinterkollektionerna 2011 i New York

Olika trender på olika marknader

Odd Molly har erhållit order från 35 länder för den nys avslutande försäljningen av höst- och vinterkollektionerna 2011. I 28 av dessa länder har Odd Molly egen representation via agent eller distributör.

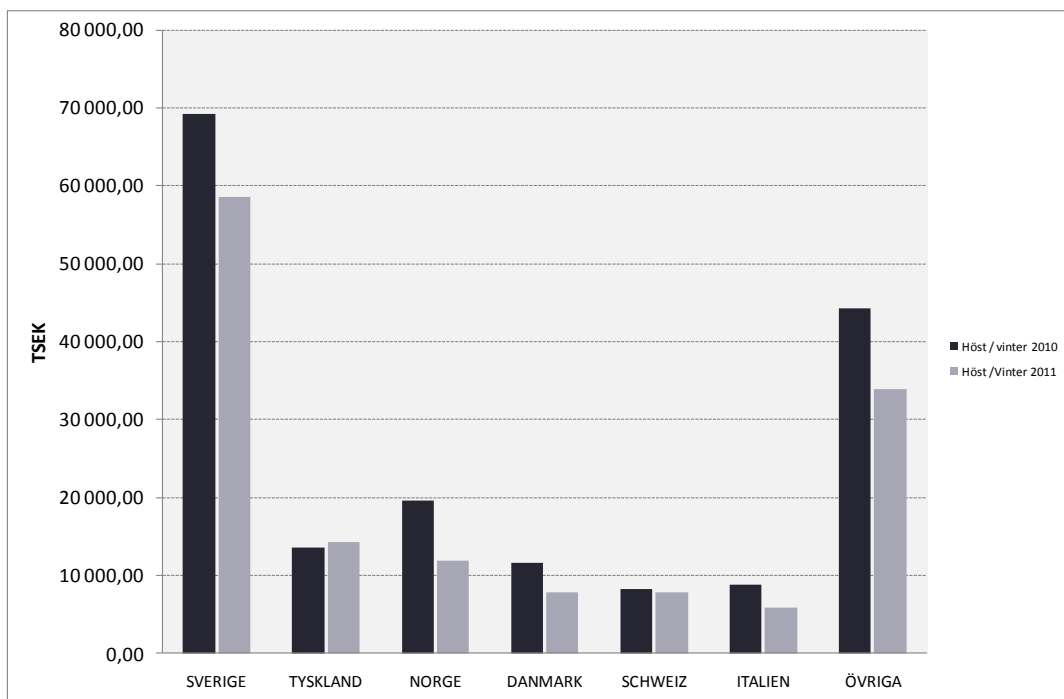
Odd Mollys största marknad Sverige minskade sitt totala ordervärde, vilket delvis förklaras av att en mindre konkurrenskraftig kollektion hösten 2010 gjorde genomförsäljningen i butik svagare och därmed bedöms ha påverkat orderläggningen under våren 2011, i kombination med svag klädhandel i Sverige och selektivt urval av återförsäljare. Liknande mönster återfinns även på den norska marknaden.

Marknader som ökade sina order var bland annat Tyskland, Frankrike och Japan. Schweiz, Holland och Grekland fortsatte öka i lokal valuta. Den finländska marknaden växte mest med en ökning av ordervärdet på 60 procent jämfört med motsvarande kollektion förra året. Försäljningen i Ryssland har kommit igång i samarbete med en ny distributör. Sammantaget utgör Odd Mollys sex största marknader 76 procent av ordervärdet för höst/vinter 2011.



Bilder från Odd Molly-aktivitet hos Big på Bahnhofstrasse i Zurich

Odd Mollys försäljning i USA har inte nått önskade nivåer och bolaget utvärderar hur satsningen ska hanteras framöver. En uppmärksam presentation av Odd Mollys höst- och vinterkollektionen genomfördes på New York Fashion Week i februari.



Ordervärde per land av höst- och vinterkollektionerna 2011 (inklusive pre-fall) och ordervärde för motsvarande kollektioner 2010.

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

För ytterligare information, vänligen kontakta:

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

Informationen i detta pressmeddelande är sådan information som Odd Molly International AB skall offentliggöra i enlighet med lagen om värdepappersmarknaden och/eller lagen om handel med finansiella instrument. Informationen lämnades för offentliggörande den 8 april 2011 CET 08:00.

Om Odd Molly

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

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

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