

## Ordervärde för vår/sommar 2010 ökar 25 procent till 180 MSEK

**Odd Mollys nyligen avslutade införsäljning av vår- och sommarkollektionerna 2010 visar på fortsatt god tillväxt. Lagda order för vår/sommar 2010 uppgår till drygt 180 MSEK, vilket är en ökning med 25 procent jämfört med ordervärdet om knappt 145 MSEK för motsvarande kollektioner året innan.**

Införsäljningen av Odd Mollys vår- och sommarkollektioner 2010 har resulterat i fortsatt ökande ordernivåer och visar på ett stort intresse för såväl varumärket som designen runt om i världen. Ordervärdet för vår/sommar 2010 uppgår till drygt 180 MSEK, jämfört med ett ordervärde på knappt 145 MSEK för motsvarande kollektioner föregående år. I detta ingår order för tidiga vårvaror, som kommer att levereras och faktureras redan under fjärde kvartalet 2009, uppgående till cirka 17 MSEK jämfört med drygt 6 MSEK föregående år, då motsvarande tidigare lagd leverans skedde för första gången. Satsningen på att erbjuda en extraleverans av vårvaror före jul har således varit mycket lyckosam och kommer att fortsätta utvecklas i framtiden.

*“Vi är otroligt glada och stolta över att kunna visa fortsatt höga försäljningsökningar. För oss är det ett tecken på att det är rätt att satsa offensivt i svårare tider om man har starka kollektioner, bevisat god genomförsäljning och genomtänkt marknadsföringsstrategi. Vi ser också att beslutet att erbjuda fler leveranser under året har varit framgångsrikt. Nu satsar vi även vidare med nästa egna butik, denna gång i USA där vi till våren öppnar en butik på Robertson Boulevard i Los Angeles samt med en herrkollektion som lanseras under hösten 2010”, säger Christina Tillman, VD Odd Molly.*

### Breddat produktutbud i etablerade och nya kanaler

Den nu avslutade införsäljningen omfattade även en bäddkollektion designad av Helena Christensen till förmån för Tjernobylys offer. Bäddkollektionen säljs till Odd Mollys ordinarie återförsäljare, vissa inredningsbutiker samt via Odd Mollys hemsida.

I det totala ordervärdet ingår order till egna butiker i Sverige och Los Angeles. I ordervärdet ingår även solglasögon som sålts in till Odd Mollys befintliga återförsäljare för första gången samt Odd Mollys huvudvärds serie i samarbete med CCS som marknadsfördes för andra säsongen.

Samtliga dessa nya kanaler och erbjudanden står än så länge för en liten andel av det totala ordervärdet.

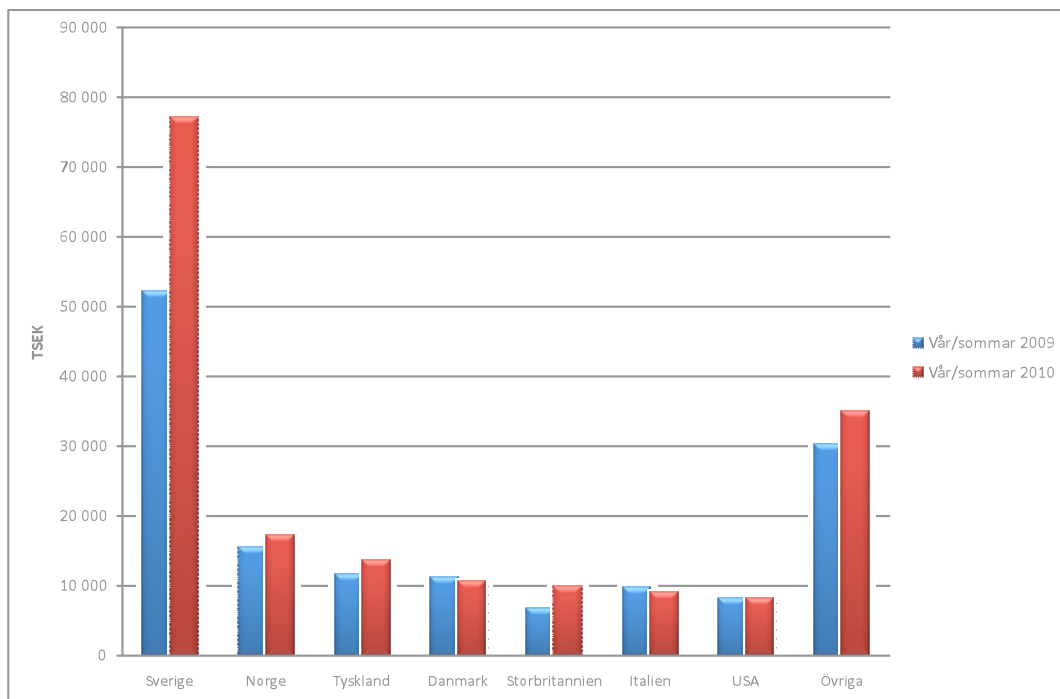


### Olika trender på olika marknader

Totalt sett ser utvecklingen mycket positiv ut, men varierar mellan marknaderna. Odd Mollys största marknad Sverige fortsätter öka starkt, trots att bolaget har valt att inte ta in fler nya återförsäljare och även avslutat ett antal samarbeten. Färre antal återförsäljare och högre ordervärde innebär att genomsnittsordern istället ökat.

Andra starkt ökande marknader är Schweiz, Storbritannien och Belgien som alla ökar sina respektive ordervärden med omkring 50 procent jämfört med motsvarande kollektioner förra året. I övrigt har länder som Tyskland, Österrike, Finland, Norge och Portugal haft en fortsatt positiv utveckling. Sammantaget utgör Odd Mollys sex största marknader 76 procent av ordervärdet för vår/sommar 2010.

Odd Molly ska fortsätta växa genom att öka försäljningen både på befintliga och nya marknader. Bolaget har ett fortsatt särskilt fokus på att utveckla marknadsbearbetningen i USA, där potentialen bedöms som mycket stor men försäljningen varit svagare än förväntat. Ett antal åtgärder har vidtagits för att öka penetrationen och stärka varumärket på den amerikanska marknaden, bland annat satsar Odd Molly på en egen butik i Los Angeles till våren och utökar med en lokal försäljnings- och marknadsansvarig på plats. Andra marknader som visar en svagare försäljningsutveckling är Grekland, Danmark och Italien.



Ordervärde per land av vår- och sommarkollektionerna 2010 (inklusive pre-spring) och ordervärde för motsvarande kollektioner 2009.

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 minimal 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 oktober 2009 klockan 08:00.*

#### **Om Odd Molly**

Odd Molly är ett svenskt bolag som designar, marknadsför och säljer mode för kvinnor genom framförallt externa återförsäljare världen över. Produkterna kännetecknas av vacker, personlig och sinnlig design i kombination med hög kvalitet och en tydlig profil. Odd Molly-produkter säljs i höst genom cirka 1 450 externa återförsäljare samt en butik i egen regi i 34 länder runt om i världen. Odd Molly har 40 anställda på kontoren i Stockholm och Los Angeles samt i den egna butiken i Stockholm. Omsättningen 2008 uppgick till 268 MSEK och rörelseresultatet till 68 MSEK. Odd Mollys lönsamma tillväxt bygger på kreativ design, konsekvent varumärkesarbete och en affärsmodell som möjliggör expansion med begränsat kapitalbehov och minimerad lagerrisk. Odd Mollys chefsdesigner fick Damernas Världs designpris Guldknappen i augusti 2008.

Odd Mollys aktie handlas på First North och bolagets Certified Adviser är Swedbank.

Odd Molly International AB, Kornhamnstorg 6, 111 27 STOCKHOLM, Växel: +46 8 522 28 500  
[www.oddmolly.com](http://www.oddmolly.com)

Pressbilder finns att ladda ned från Odd Mollys hemsida [www.oddmolly.com](http://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](http://www.oddmolly.com) och klicka "sign up for our newsletter".