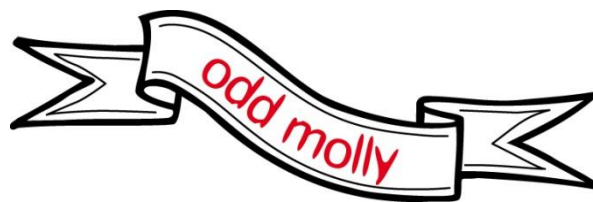


Odd Molly International AB (publ)

PRESSMEDDELANDE

Stockholm den 8 oktober 2010



Ordervärde för vår/sommar 2011 uppgår till 165 MSEK

Odd Mollys nyligen avslutade införsäljning av vår- och sommarkollektionerna 2011 visar på ett ordervärde på cirka 165 MSEK, vilket är cirka 9 procent lägre jämfört med de cirka 180 MSEK för motsvarande kollektioner året innan. För första halvåret 2011 tillkommer en leverans i juni till skillnad från föregående år. Valutakursutvecklingen har påverkat ordervärdet negativt omräknat i svenska kronor.

Införsäljningen av Odd Mollys vår- och sommarkollektioner 2011 nådde inte helt upp till förväntan. Ordervärdet för vår/sommar 2011 uppgår till cirka 165 MSEK, jämfört med ett ordervärde på cirka 180 MSEK för motsvarande kollektioner föregående år. I detta ingår order för tidiga vårvaror, som kommer att levereras och faktureras redan under fjärde kvartalet 2010 uppgående till cirka 26 MSEK jämfört med drygt 17 MSEK föregående år. Den starka kronan påverkar ordervärdet negativt med cirka 6,5 MSEK.

"Efter en intensiv införsäljning nådde inte ordernivån för vår/sommar 2011 upp till våra förväntningar. Vår bedömning är att de faktorer vi tidigare pekat på, och i viss mån åtgärdat, handlar om att sortiments- och prismixen i kollektionen fortfarande inte är optimal. Som för våra kollegor i branschen har vi sett ökade inköspriser, men vi ser främst över de delar i processen som rör det interna arbetet, vilket omfattar dels kollektionens sammansättning men också den internationella försäljningsorganisationen", säger Christina Tillman, VD Odd Molly.

"Vad gäller utvecklingen på våra marknader ser vi att försäljningen i Sverige minskat, delvis som en konsekvens av kollektionens sammansättning, men även av ett målmedvetet arbete att se över antalet återförsäljare, vilket vi kommunicerat tidigare. Flera av våra utländska, och Odd Mollys främsta tillväxtmarknader, har trots ogynnsamma ekonomiska förhållanden utvecklats bra, men volymerna är ännu för låga. Det är således inom den internationella bearbetningen vi främst vidtar åtgärder", fortsätter Christina Tillman.

Odd Mollys egna kanaler och breddat produktutbud

I det totala ordervärdet ingår order från externa återförsäljare av båda varumärkena Odd Molly och herrsatsningen Post Fire Dew samt order till de egna butikerna i Stockholm, Los Angeles och Köpenhamn.

I ordervärdet ingår även solglasögon som sålts in till Odd Mollys befintliga återförsäljare samt Odd Mollys hudvårdsserie i samarbete med CCS. Samtliga dessa kanaler och erbjudanden står än så länge för en liten andel av det totala ordervärdet.



Bilder från Odd Mollys visning av vår- och sommarkollektionerna 2011 i New York

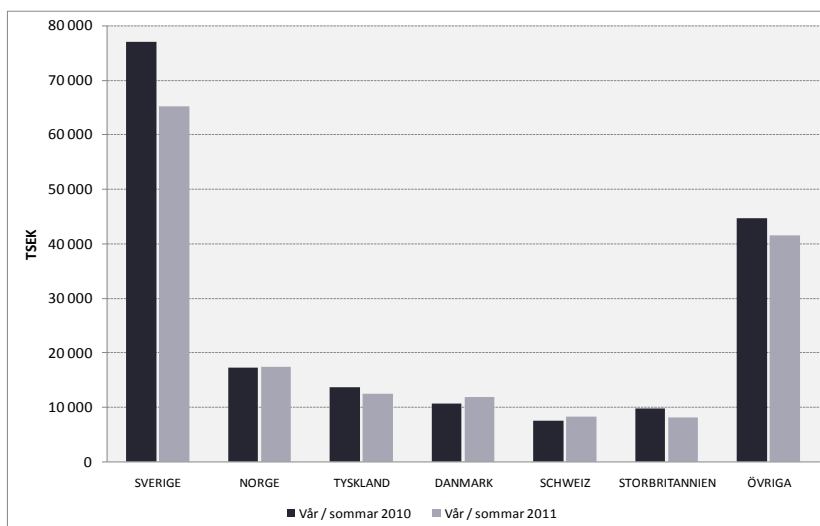
Olika trender på olika marknader

Odd Molly har en bra internationell plattform, men införsäljningen för vår- och sommarkollektionerna var under förväntan även om det varierar något mellan marknaderna. Odd Mollys största marknad Sverige minskar, vilket förutom sortimentsmixen även beror på att bolaget valt att vara restriktiva med antalet återförsäljare för att långsiktigt bibehålla ett starkt varumärke, i linje med tidigare uttalad strategi. Andra marknader som minskade var Spanien, Italien, USA och Storbritannien vilket till viss del kan förklaras av det kärva ekonomiska läget i dessa länder.

Marknader som har ökat starkt är bland annat Finland, Frankrike, Nederländerna och Grekland som alla ökar med mellan 25 och 50 procent jämfört med motsvarande kollektioner föregående år. Även Danmark och Norge har en bra utveckling och Schweiz fortsätter utvecklas starkt och går efter säsongens ökning in som en av Odd Mollys sex största marknader. Sammantaget utgör Odd Mollys sex största marknader 75 procent av ordervärdet för vår/sommar 2011.

Bolaget har ett fortsatt särskilt fokus på att utveckla marknadsbearbetningen i USA, där potentialen bedöms som mycket stor men försäljningen inte nått önskade nivåer. För att stärka varumärket på den amerikanska marknaden har Odd Molly bland annat startat en egen butik i Los Angeles samt under 2010 bytt ut sin agent. Vidare genomfördes i september en uppmärksam modevisning på New York Fashion Week.

Odd Molly ska växa genom att öka försäljningen både på befintliga och nya marknader.



Ordervärde per land av vår- och sommarkollektionerna 2011 (inklusive pre-spring) 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 oktober 2010 klockan 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 ett fyrtiotal länder runt om i världen. Därutöver har Odd Molly idag fyra egna butiker i Stockholm, Kungsbacka, Los Angeles och Köpenhamn. Odd Molly har 50 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".