



Odd Molly International AB (publ)
Stockholm den 19 april 2018

Omställningen fortsätter påverka – svag start på året och lägre resultat än föregående år

Odd Molly verkar i en bransch i stor omvälvning där e-handeln ökar, marknaden blir alltmer rea- och kampanjdriven och fysisk handel har det tufft. Odd Mollys totala nettoomsättning under det första kvartalet 2018 minskade med cirka 16 procent jämfört med samma kvartal föregående år och rörelseresultat väntas uppgå till cirka -6,7 MSEK jämfört med ett rörelseresultat på 7,5 MSEK motsvarande period 2017.

Odd Molly var tidigt ute med att anpassa verksamheten till förskjutningen av försäljning mot digitala kanaler, men påverkas alltjämt av den pågående förändringen i branschen. Under 2017 uppgick bolagets försäljning i digitala kanaler, egna och externa återförsäljares, till cirka 40 procent. Motsvarande siffra för det första kvartalet 2018 fortsatte att öka. Bolagets webbhandel visade en god tillväxt även under första kvartalet 2018, medan försäljningen i fysiska butiker, egna och återförsäljares, minskade. Försäljningen online väntas fortsätta växa, medan försäljningen via egna butiker förväntas ha en mer begränsad utveckling framöver.

Bolaget vidtar fortsatta initiativ för att stärka positionen ytterligare inom e-handel och internationell expansion, inkluderande omprioriteringar av resurser samt optimering av butiker, organisation och arbetssätt.

Alla siffror är preliminära och kommer att fastställas i delårsrapporten för januari-mars 2018 som offentliggörs den 4 maj 2018.

För ytterligare information kontakta:

Johanna Palm, CFO
+46 760 10 24 55

Detta är sådan information som Odd Molly International AB (publ.) är skyldig att offentliggöra enligt EU:s marknadsmissbruksförordning. Informationen lämnades, genom ovanstående kontaktpersoners försorg, för offentliggörande den 19 april 2018, kl. 18.10 CEST.

OM ODD MOLLY

Odd Molly är ett svenskt bolag som designar, marknadsför och säljer mode med ett tydligt stilkoncept. Bolagets produkter säljs via egna kanaler samt via egna säljare och externa agenter till återförsäljare. En ökande andel av försäljningen kommer från Odd Mollys egna kanaler, främst från bolagets webbshop, som når drygt 40 länder. Bolaget har även 18 egna fysiska butiker samt butiker som drivs av partners på utvalda marknader. Odd Mollys aktie handlas på Nasdaq Stockholm, small cap. Läs mer på corporate.oddmolly.com.

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

