



ÅRSSTÄMMA 2019

Jennie Högstedt Björk, VD

odd molly

AGENDA

- Årets händelser
- Året i siffror
- Ny strategi
- Q1 2019
- Framåt



ÅRETS HÄNDELSE





2018 | KORTHET

HÄNDELSE UNDER 2018

- Företrädes- och övertilldelningsemission som tillför bolaget 35,3 MSEK efter emissionskostnader
- Ny VD och förstärkt ledningsgrupp med fokus på digital och internationell försäljning
- Omfattande åtgärdsprogram med syfte att minska komplexitet, kapitalbindning och driftkostnader
 - Driftkostnader minskas med omkring 50 MSEK på helårsbasis
- Beslut att minska butiksbeståndet från 17 till sex butiker
- Licensmodell framtagen och implementerad i Portugal och Spanien som första marknader
- Revitalisering av varumärket påbörjat tillsammans med strategiska partners



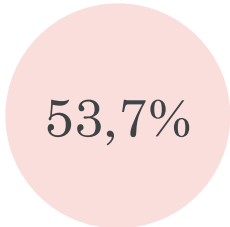
2018 | SIFFROR

- Nettoomsättningen uppgick till 346,9 MSEK (432,1)
- Bruttovinstmarginalen uppgick till 53,7% (53,9)
- Rörelseresultatet uppgick till -60,6 MSEK (-4,5)
- Rörelsemarginalen var -17,5% (-1,0)
- Resultat efter skatt uppgick till -53,5 MSEK (-6,3)
- Resultat per aktie var -7,52 SEK (1,09)
- Investeringar om 0,9 MSEK (4,3)
- Kassaflöde från löpande verksamheten uppgick till -30,6 MSEK (-0,5)



346,9
MSEK

NETTOOMSÄTTNINGEN



53,7%

BRUTTOMARGINAL

NY STRATEGI



A photograph of two women in a field. The woman on the left is holding a large white flag on a wooden pole. Both women are smiling and looking towards the camera. The background is a bright, cloudy sky. The foreground is filled with green and yellow plants.

2018 – ETT OMSTÄLLNINGENS ÅR NY STRATEGI MED 4 HÖRNSTENAR

1. VARUMÄRKE OCH SORTIMENT

Stärka varumärkespositionen med ett tydligt sortiment

- Stärka varumärket och skapa förutsättningar för att bli ett internationellt välkänt varumärke, nå ut med ”story” och design-DNA.
- Renodla sortimentet för att driva försäljning och minska komplexiteten.
- Bli mer relevant med ett starkare kunderbudande.

2. FOKUS PÅ ONLINE

Renodla kanalstrategin med fokus på online

- Öka egen e-handel:
 - Stärka intern digital kompetens.
 - Utveckla nya försäljnings- och marknadsföringsmöjligheter online.
- Minska antalet egna butiker:
 - Stänga butiker som inte bidrar tillräckligt till lönsamheten.
- Frigöra kapital som ska investeras i digitala satsningar.

3. INTERNATIONELL TILLVÄXT – LICENSMODELL

Fokusera på internationell tillväxt genom licensmodell utanför strategiska huvudmarknader

- Utvärdera befintliga partnersamarbeten och konvertera till licenstagare.
- Introducera licensmodell på nya marknader.
- Växa väsentligt på befintliga internationella marknader, modellen ger incitament för licenstagare att satsa.
- Tydliggöra varumärkes- och marknadskommunikations-strategin för nya marknader.

4. FÖRSTÄRKA HÅLLBARHETSSTRATEGIN

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

- 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

FLER MOLLYS I VÄRLDEN

Q1 2019



Q1 2019 – YTTERLIGARE KRAFTTAG

- Omställning löper enligt plan, 5 butiker stängda hittills i år
- Utökat åtgärdsprogram med ytterligare kostnadsbesparingar om cirka 25 MSEK – effekt främst 2020
- Vitalisering av varumärket – nytt uttryck, ny logo, nya ambassadörer
- Nytt licensavtal Tjeckien, Slovakien och Ungern
- Nytt licensavtal USA
- Mediesamarbete med Aggregate – aktiv ägare genom riktad emission
- Förändring av arbetsfördelning i ledningsgruppen



Q1 2019 – OMSTÄLLNING PÅVERKAR

- Nettoomsättningen uppgick till 86,2 MSEK (105,5)
- Bruttovinstmarginalen uppgick till 49,3% (54,1) påverkad av försäljning av äldre lager
- Rörelseresultatet uppgick till -17,6 MSEK (-6,7)
 - Omstruktureringskostnader om 3,8 MSEK
- Resultat efter skatt uppgick till -19,2 MSEK (-6,7)
 - Resultat per aktie -2,27 SEK (-1,17)



86
MSEK

NETTOOMSÄTTNING

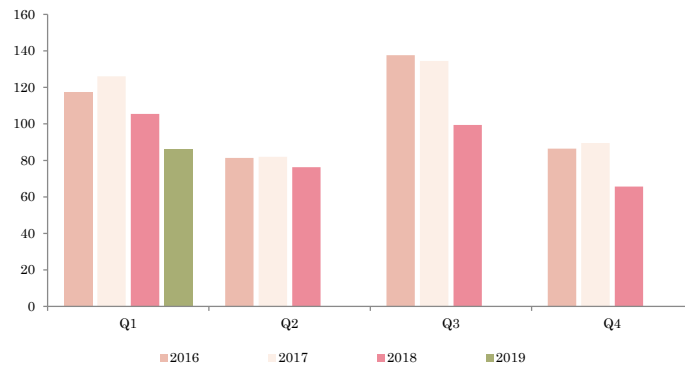


-20.5
MSEK

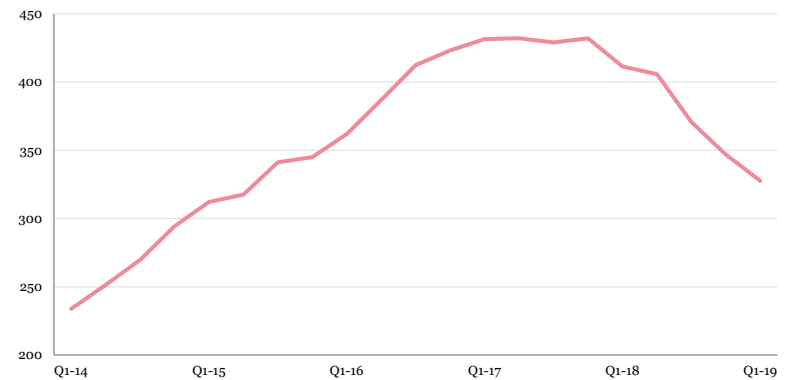
RÖRELSEMARGINAL

UTVECKLING PER KVARTAL

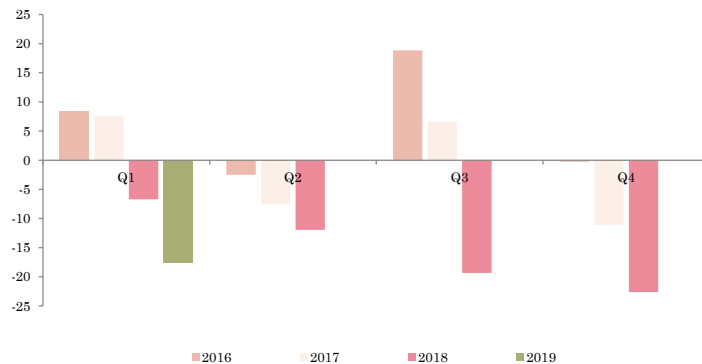
Försäljning per kvartal



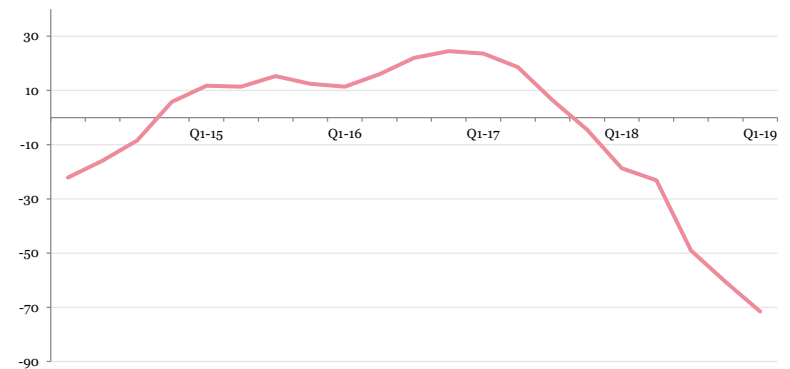
Försäljning rullande 12 månader



Rörelseresultat per kvartal



Rörelseresultat rullande 12 månader



FRAMÅT



NYEMISSION

Syfte

- Att stärka bolagets finansiella situation, finansiera en accelererad satsning på försäljning via digitala kanaler samt för att implementera ytterligare åtgärder för att minska komplexitet och driftskostnader.

Erbjudandet i korthet

- Odd Molly tillförs cirka 25 MSEK vid full teckning före emissionskostnader.
- Samtliga befintliga aktieägare erhåller en (1) teckningsrätt för varje en (1) aktie som ägs på avstämningsdagen den 24 maj 2019. Tre (3) teckningsrätter berättigar innehavaren att teckna två (2) nya aktier till en teckningskurs om 4,20 SEK per aktie.
- Företrädesemissionen är fullt säkerställd genom teckningsförbindelser och emissionsgarantier.
- Teckningsperiod 28 maj -11 juni 2019.

GOING FORWARD

Varumärke och sortiment

Fokus online

Internationell tillväxt – licensmodell

Hållbarhetsfokus

Snabbare, effektivare och mer kapitalsnål verksamhet med ett relevant och vitaliserat varumärke som grund

FLER MOLLYS I VÄRLDEN



odd molly