

ODD MOLLY

ÅRSREDOVISNING 2015

2	Kort om Odd Molly
4	VD-ord
6	Odd Mollys strategiska inriktning
8	Varumärke
10	Kollektion
13	Odd Mollys verksamhet
18	Odd Mollys ansvar
22	Odd Mollys aktie
25	Förvaltningsberättelse
30	Finansiell information i sammandrag
31	Koncernens totalresultat
32	Balansräkningar - koncernen
33	Kassaflödesanalyser - koncernen
33	Förändring i koncernens eget kapital
34	Resultaträkningar - moderbolaget
35	Balansräkningar - moderbolaget
36	Kassaflödesanalyser - moderbolaget
36	Förändring i moderbolagets eget kapital
37	Redovisningsprinciper och noter
52	Revisionsberättelse
54	Bolagsstyrning
58	Revisorsyttrande om bolagsstyrningsrapporten
60	Styrelse och revisorer
62	Ledande befattningshavare
65	Definitioner
66	Information till aktieägarna

Odd Molly är ett livsstilskoncept som hyllar mod, livsglädje och tjejer som går sin egen väg. Allt började med Molly; en skatetjej i Venice Beach på 80-talet, som blev vår inspirationskälla genom att våga bryta mot konventionerna och följa sina egna drömmar. Molly är en del av vår historia och hennes mod och värderingar genomsyrar allt vi gör, varje dag.

2015 var året då Odd Molly fick vingar – i flera bemärkelser. Vi lanserade Odd Project där vi förverkligade en tjejs dröm om att kunna flyga. Vi öppnade fem nya butiker, utvecklade vårt erbjudande och fortsatte växa med stärkt lönsamhet.



KORT OM ODD MOLLY

Verksamheten i korthet

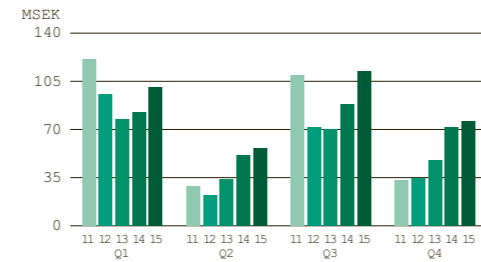
Odd Molly är ett svenskt bolag som designar, marknadsför och säljer mode för tjejer. Odd Mollys kollektioner utgår från ett tydligt stilkoncept med feminina, smickrande och lättburna kläder med hög kvalitet, färg och mönster. Bolaget utvecklar också närliggande livsstilsprodukter för hemmet och andra specialkollektioner.

Odd Molly grundades 2002 och är idag börsnoterat på Nasdaq Stockholm. Odd Mollys produkter säljs via egna försäljningskanaler och externa återförsäljare runt om i världen. Vid 2015 års slut hade Odd Molly 13 egna butiker i Sverige och Finland samt en egen webbshop som når konsumenter inom hela Europa, USA och Kanada. 2015 såldes Odd Mollys kläder i totalt 33 länder. Odd Molly har drygt 2 500 aktieägare och ett åttiotal medarbetare i Stockholm, Göteborg, Skåne, Köpenhamn, Oslo, Helsingfors och Los Angeles.

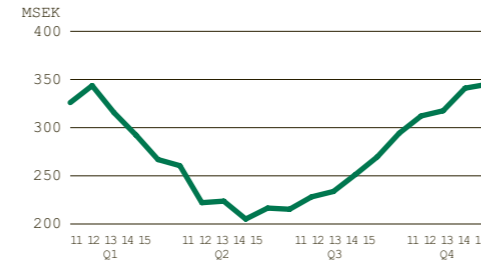
Finansiell historik	2015	2014	2013	2012	2011
Nettoomsättning, TSEK	344 954	294 298	228 163	223 724	292 275
Rörelseresultat, EBIT, TSEK	12 451	5 516	-24 098	220	20 074
Rörelsemarginal, EBIT, %	3,6	1,9	-10,6	0,1	6,9
Avkastning på sysselsatt kapital, %	14,1	6,6	-24,4	1,4	16,2
Avkastning på eget kapital, %	10,7	4,7	-20,1	2,5	10,7
Soliditet, %	65,0	64,9	64,9	78,2	76,8
Eget kapital per aktie, SEK	16,19	15,62	14,43	19,22	22,08
Resultat per aktie, SEK	1,70	0,71	-3,38	0,52	2,48
Utdelning per aktie, SEK	1,50*	1,00	0,00	1,50	3,00
Genomsnittligt antal anställda	75	70	56	54	57
Nettoomsättning per anställd, TSEK	4 455	4 191	4 070	4 111	5 142
Antal egna butiker	13	8	6	5	5

* Föreslagen utdelning

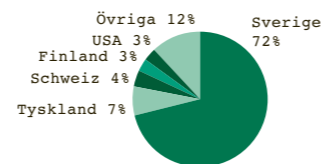
Försäljning per kvartal 2011-2015



Rullande försäljning 12 månader kvartalsvis 2011-2015



Försäljning per land



Året i korthet

Under 2015 ökade Odd Molly omsättningen med 17 procent främst genom fler egna butiker vilket möjliggjorts bland annat tack vare en egen försäljningsorganisation och ökad digital närvaro. Lönsamheten stärktes samtidigt som satsningar i nya butiker, organisation och affärsutveckling genomfördes.

Nettoomsättningen uppgick till 345,0 MSEK jämfört med 294,3 MSEK året innan. Bruttomarginalen var på en stabil nivå på 55,6 procent jämfört med 54,1 procent föregående år och rörelseresultatet uppgick till 12,5 MSEK jämfört med 5,5 MSEK året innan.

Flera mindre kollektioner – såsom Bad, Home och en kollektion med ekologisk bomull – lanserades till konsument under året för att stärka Odd Molly som livsstilskoncept och varumärke.

Fem nya butiker samt 12 shop-in-shops öppnade under året i Sverige och Finland. En franchisebutik öppnade i Prag. En ökad satsning i digitala medier och en mer konsumentanpassad webbsajt bidrog till en stark försäljningsutveckling i egna kanaler.

Odd Project lanserades – ett projekt som grundar sig i Odd Mollys önskan att inspirera tjejer att gå sin egen väg och följa sina drömmar. Under hösten förverkligade Odd Molly den första drömmen för Emelie som alltid velat flyga som en drake.

REDO ATT LYFTA

De stora penseldragen är målade; vi förfinar, förbättrar och söker nya möjligheter till ny försäljning varje dag. Under året som gick fortsatte vi leverera på den långsiktiga strategi vi valt för att skapa hållbar tillväxt. Affärsmodellen är flexibel, plattformen solid och potentialen fortsatt stor. Men vi är inte nöjda här. Nu ska vi säkerställa att vi får hävstång på genomförda initiativ och ta större kliv på utvalda marknader. Vi har talanger, kompetens och en enorm mängd energi på plats – redo att få Odd Molly att lyfta.

Strategin att öka försäljningen främst genom fler egna butiker och tydliga butiksenheter, shop-in-shops, ger resultat. Under året öppnade vi fem egna butiker och etablerade 12 shop-in-shops hos våra återförsäljare. Grossistförsäljningen ökar men det är med bolagets webbshop och de egna försäljningskanalerna i frontlinjen som koncernens försäljning växte med 17 procent samtidigt som vi mer än fördubblade rörelseresultatet. Vilka är då de främsta faktorerna bakom den positiva utvecklingen? Min kollega Jennie, som bland annat ansvarar för sortiment och koncept, säger att det finns en enda faktor bakom framgången; vårt tydliga kundfokus. Och det stämmer att allt utgår från vår kunskap om och relation till vår kund – Molly – men jag ser ytterligare några viktiga delar.

Kontroll och kundfokus

Vår satsning på ett eget säljteam har varit avgörande för att vända trenden på Odd Mollys första och största marknad Sverige. Vi har verkligen stärkt vår position här och vi säger internt att "vi nu ska göra fler Sverige". Det innebär att hitta nyckeln till några prioriterade marknader som Norge, Finland och Tyskland och ta ett samlat grepp för att utveckla både

samarbeten med återförsäljare och närheten till konsument. I alla kanaler, ett omni-erbjudande om man så vill. Jag kan inte nog understryka hur viktigt det är att vara lyhörd och finnas för kunden där behovet finns. Att vi finns där genom våra egna medarbetare, med fler butiker och starkare försäljningsorganisation, gör att vi känner av marknaden bättre och kan agera snabbare. Vi har satsat stort på att öka Odd Mollys digitala närvaro och fått ett fastare grepp om sociala medier.

Initiativ och investeringar

Jag tycker att vi tagit både stora och små steg under året. Våra stora steg innefattar nyetableringar, utveckling av erbjudandet och affärsmodellen. Vi fortsatte bredda erbjudandet och lanserade skor, ekokollektionen Daydream och World of denim. Vi fortsatte utvecklingen av Bad, Home och Regn. Det här är initiativ vi kan ta tack vare Odd Mollys profilering som livsstilskoncept. Vi kan nå flera typer av återförsäljare genom våra nya kategorier och vi siktar på att nå fler internationella e-handlare. Initiativ som kostar på kort sikt, och lönar sig på längre.



"Omvärlden rör sig – och vi måste vara med."

De små löpstegen handlar bland annat om att fortsätta förtydliga kollektionen och förfina butikskonceptet, som nu är mycket skalbart och går snabbt att få på plats. Vi har utvecklat och lanserat nya marknadsföringsidéer, med Odd Project som en av våra spännande och inspirerande satsningar, där vi hjälper till att förverkliga en tjejs dröm. För oss känns det naturligt och roligt att kunna vara så konkreta i att följa våra värderingar.

Vinst och växt

Bakom all framgång är det fantastiska människor som enskilt men framför allt gemensamt ser till att Odd Molly drivs målmedvetet framåt. Jag är otroligt stolt över det team vi har som fortsätter utveckla bolaget med kreativitet, innovation och smarthet. Det är en ynnest att få lägga organisationspusslet både med nya krafter utifrån och med växande krafter inifrån. Här finns driv, sprudlande energi och ett starkt engagemang – vi brinner för det vi gör och det vi vill åstadkomma.

Alla som jobbar på Odd Molly har hört det här; gör vi inget – händer inget. Och vänder man på det; gör vi något – så händer något. Vi lär hela tiden och testar oss fram vad gäller exempelvis produktbreddningen. Samtidigt testar vi nya samskapsformer och tecknade vårt första franchiseavtal i Prag under hösten. Ett win-win-avtal. Omvärlden rör sig och vi måste vara med.

Vi kommer lansera fler minikollektioner inom ramen för livsstilsvarumärket och öppna fler butiker på prioriterade marknader. Målet är att få ut Odd Molly, varumärket och våra produkter till en bredare massa och få fler Mollys i världen att köpa våra produkter genom fler återförsäljare inom olika kategorier. Grunden i allt är starka kollektioner, och vi skapar tillväxt genom att öka det egna ansvaret för försäljningen – både till konsument och till återförsäljare på strategiska marknader – i kombination med ett externt återförsäljarnät.

Vi är trygga med vår strategi. Vi kommer fortsätta utmana. Just nu känns det som att det mesta flyger.

Anna Attemark
VD

ODD MOLLYS STRATEGISKA INRIKTNING

Affärsidé

Odd Mollys affärsidé är att designa, marknadsföra och sälja mode i egna butiker och via externa återförsäljare världen över. Odd Molly ska representera en unik blandning av vacker design, kvalitativa värden och sinnlighet.

Vår mission

Odd Molly vill inspirera tjejer i alla åldrar att bryta sig loss från konventionerna och följa sina egna drömmar. Odd Molly kommer alltid kämpa för fler Mollys i världen!

Finansiella mål

Odd Mollys finansiella mål innebär att bolaget ska:

- ha en tillväxttakt de närmaste åren överstigande i genomsnitt 20 procent per år
- över en konjunkturcykel säkerställa en rörelsemarginal (EBIT) över 12 procent
- ha en soliditet som över tiden ska hållas på minst 40 procent

Affärsmodell

Odd Molly säljer sina produkter via externa återförsäljare runt om i världen och driver även egen försäljning till konsument i form av fysiska butiker, webbshop och outlets samt shop-in-shops som drivs via återförsäljare. Sedan 2014 har Odd Molly försäljningsansvaret gentemot återförsäljarna i Skandinavien och USA vilket ökar kunskapen om och möjligheten att påverka försäljningen på bolagets största marknader. Med agenter på övriga marknader kan Odd Molly nå en relevant mix av återförsäljare, med rätt profil och varumärken, utan att stora kapitalinvesteringar krävs. Agenten får i sin tur exklusiv rätt att sälja Odd Mollys sortiment på en geografiskt avgränsad marknad.

FOR
THE LOVE OF
FLYING
HIGH

Strategi

Odd Molly ska växa med lönsamhet genom att fortsätta skapa intressanta kollektioner, utnyttja sin geografiska plattform samt utveckla befintliga och nya försäljningskanaler. Företagskulturen ska präglas av kvalitetsmedvetenhet, ansvarstagande och delaktighet. Odd Mollys strategiska arbete har följande inriktning:

Kollektion. Odd Molly ska designa vackra kläder och närliggande livsstilsprodukter för tjejer. Kollektionerna ska kännetecknas av färg, mönster och hantverk med balans mellan volym och pris inom ett tydligt stilkoncept.

Under året fortsatte Odd Molly lansera produktgrupper som kompletterar bolagets klädkollektioner. Home, Bad och Regn, lanserades 2014 som en del av Odd Mollys livsstils-koncept, och vidareutvecklades under 2015. Nya produktgrupper och produktkoncept under året var Skor, jeanskollektionen "World of Denim" samt Daydream – en minikollektion med plagg enbart i ekologisk bomull.

Kanaler. Odd Molly ska öka antalet återförsäljare genom fortsatt noggrant urval av återförsäljare. Odd Molly ska i högre grad även driva och utveckla egen detaljhandelsverksamhet i flera kanaler.

Grossistförsäljningen visade tillväxt och den egna retailförsäljningen utvecklades mycket starkt under året, främst den egna webbshoppen. Fem nya butiker öppnade varav fyra i Sverige och en i Helsingfors. Därutöver öppnades tolv nya shop-in-shops via återförsäljare. För första gången inledde bolaget också ett franchise-samarbete som ledde till en butiksöppning i Prag under hösten.

Marknader. Odd Molly ska fortsätta att långsiktigt stärka varumärket och driva försäljning med fokus på de marknader där Odd Molly har störst försättningsutgångar att nå en långsiktigt stark marknadsposition. Odd Molly ska öka kontrollen på strategiska marknader och kontinuerligt utvärdera möjligheterna för etablering på nya marknader.

Satsningen på en egen försäljningsorganisation i Skandinavien genererade mycket positiva resultat främst på den svenska marknaden, vilket inspirerar bolaget till att fokusera mer egen säljkraft på prioriterade marknader såsom Norge och Finland. Odd Molly fortsatte under året stärka sin digitala plattform inom både marknadsföring och affärsutveckling.

Människor. 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.

Under året förstärktes organisationen ytterligare till ett team som fortsätter utveckla bolaget med kreativitet, innovation och smarthet.

Varumärket

Odd Mollys prisbelönta och livsbejakande design inom allt från kläder till heminredning uppmuntrar tjejer i alla åldrar att vara och känna sig som sitt bästa jag. Plaggen kännetecknas av hög kvalitet, färg, mönster naturliga material och mycket handarbetade detaljer.

Idag säljs Odd Molly världen över. Men historien startade som en hyllning till en skatetjej vid namn Molly i Venice Beach på 80-talet. Genom att våga bryta mot konventionerna och följa sitt hjärta blev hon Odd Mollys eviga musa, vars livsglädje och styrka att gå sin egen väg genomsyrar vartenda steg som tas. Odd Molly kommer alltid inspireras av, och kämpa för, fler Mollys i världen. Odd Molly är inte bara ett modekoncept. Odd Molly är på riktigt. I allt vi gör – från våra kollektioner till vår kommunikation – uppmuntrar vi tjejer att våga bryta mot konventioner och bli mer sanna mot sig själva. Genom att agera i Mollys anda, gör vi livet lite roligare för både oss själva och andra.

Vi designar livfulla kollektioner inom allt från kläder till heminredning, som gör det möjligt för tjejer över hela världen att vara, se ut och känna sig som sitt bästa jag. Oavsett ålder eller klädstorlek. Och alltid med övertygelsen att skönhet börjar inifrån!



Kollektionen växer fram

1.

Odd Molly utvecklar två huvudkollektioner med vardera fyra släpp som säljs in vid fyra tillfällen per år. Varje kollektion visas på ett säljmöte där den nya kollektionen presenteras för inbjudna agenter samt den egna butikorganisationen. Mötena är både detaljrikt informativa om kommande kollektioner, men syftar också till att skapa gemenskap och tydlighet kring varumärket. Efter presentationen får agenterna låna en uppsydd visningskollektion av Odd Molly för att använda i säljarbetet på sina respektive marknader.

2.

När Odd Molly mottagit alla order från egna säljare, agenter och distributörer kan bolaget planera produktionen hos sina utvalda tillverkare. Det betyder att Odd Molly i huvudsak låter producera plagg utifrån bindande beställningar, vilket medför en god möjlighet att nå balans i lageruppbyggnaden. Därutöver lägger Odd Molly order för sina egna försäljningskanaler.

3.

När plaggen är klara levereras de av en kontrakterad leverantör till ett tredjepartslager i Stockholm, där de packas om för vidare leverans till återförsäljarna och egna butiker. Avtalspart gentemot Odd Molly för order, lagerrisk och försäljning till konsument är den enskilde återförsäljaren medan agenten får provision på det totala försäljningsvärdet för den egna marknaden. I de enstaka fall Odd Molly valt representation via en distributör på en marknad sker istället försäljning till distributören som får viss rabatt men bär risken för inköpta varor, lager och försäljning till återförsäljare. Till de egna butikerna placerar Odd Molly order mot leverantör utifrån budgeterad försäljning.


4.

I samband med leverans av plaggen får varje återförsäljare informationsfoldrar, skyltmaterial och logotyper för dekor i butik – allt framarbetat centralt på Odd Molly. Den lokala agenten sköter normalt den löpande kontakten med återförsäljarna, men Odd Mollys egna medarbetare arbetar allt närmare butiksmedarbetare runt om i världen för att säkerställa bra dialog samt rätt känsla och hantering av varumärket.

5.

Analys av försäljning och efterfrågan sker löpande och i nära dialog med återförsäljarna för att – om inte förr – till säljmötet inför nästkommande kollektion diskutera och dra viktiga lärdomar.





Who is Molly?

Molly is Pippi Longstocking of fashion industry.

Molly is a free spirit with tons of joy.

Molly is free.

Molly is brave.

Molly is enjoying life.

Molly dares to be herself.

Molly dares to go her own way.

Molly acts with humor and a twinkle in her eye.

Molly cares about her friends and family.

Molly is a world traveller.

ODD MOLLYS VERKSAMHET

Odd Molly har utvecklats från ett varumärkesföretag med kläder för tjejer till ett etablerat livsstilskoncept. Bolaget driver idag både grossist- och detaljhandelsverksamhet i olika former; egna butiker, shop-in-shops, ett åttiotal anställda och egen försäljningsorganisation på sex marknader. Därutöver har Odd Molly internationell representation av agenter, distributörer och franchisetagare på 21 marknader. Affärsmodellen är flexibel, plattformen solid och potentialen fortsatt stor. För ett livsstilskoncept som Odd Molly är utvecklingsmöjligheterna många – ambitionen är att utveckla erbjudandet och växa tillsammans med bolagets befintliga och blivande externa återförsäljare.

Odd Molly satsar på att stärka sina egna försäljningskanaler vid sidan om de externa återförsäljarna som alltsedan starten för närmare femton år sedan är bolagets ryggrad. Genom de egna försäljningskanalerna ökar förståelsen för kunden och Odd Molly får därmed ett bättre verktyg för att forma nästa framgångsrika kollektion.

Den allra viktigaste utgångspunkten för bolagets utvecklingsarbete är att förstå vem Odd Mollys kund är – hennes livsstil, preferenser och drömmar. Hon definieras och personifieras som Molly.

Var och hur gillar Molly att handla?

Odd Molly har arbetat fram ett butikskoncept med formspråk och inredning som är särpräglad, tydligt och enkelt att rulla ut i shop-in-shops, egna butiker eller andra egna butiksytor. Det är med andra ord både skalbart och har hög igenkänningsfaktor i dagens köpmiljöer med många stora kedjebutiker.

Butikerna ska ligga där Molly och hennes vänner är, i vältrafikerade sammanhang och inte som tidigare på lite hemliga destinationer. Butikerna ska ge en känsla av att komma hem till Molly. En större andel egna butiker blir också viktigt för alla digitala kanaler, då bolaget får fler ytor att visa varumärket. Allt hänger ihop.

Med en starkare butiksplattform blir också Odd Molly en mer intressant hyresgäst och kan få en mer gynnsam förhandlingsposition. Avgörande för alla etableringsbeslut är alltid läget.

Odd Molly-butikerna ger bolaget en möjlighet att visa hela kollektionerna i en för varumärket särskilt anpassad miljö och ska ses som komplement till övriga externa butiker. Odd Mollys bedömning är att fler egna butiker gör livsstilskonceptet tydligare och ger alla parter större förutsättning att öka sin försäljning. Under 2015 öppnade fem nya butiker vilket innebär att det vid årsskiftet totalt fanns 13 butiker. Målet är att upplevas och omnämnas som den bästa butiken i varje stad där bolaget är etablerat.

Outletbutikerna, utanför Stockholm och Göteborg, gör att Odd Mollys storstadsbutiker kan ha en kortare reaperiod och alltid ge ett fräscht intryck med mycket nya varor. Outletbutikerna ger samtidigt en möjlighet till längre försäljningsperiod för tidigare säsongers kollektioner. **Shop-in-shops**, det vill säga dedikerade ytor i en butik eller i ett varuhus, skapar en stark varumärkeskänsla och gör det lättare att hitta Odd Mollys plagg i en multibrandmiljö. Tolv nya shop-in-shops tillkom under året.

Webbshopen har sedan starten 2011 visat mycket stark och lönsam tillväxt, och under året fick sajten en tydlig uppgradering, mer inspirerande uttryck och mer lättnavigerad funktionalitet. Odd Mollys webbshop är öppen för handel inom samtliga EU-länder, Schweiz och Norge samt USA. Sverige är den stora motorn i webbshopens starka utveckling och fokus är att utveckla marknaderna i främst Norge, Finland och Tyskland.

Odd Molly samordnar sina kampanjer och erbjudanden i alla kanaler. Aktiviteterna till kundklubbsmedlemmarna är huvudsakligen inriktade på att ge mervärde – såsom möjlighet att se och köpa nya kollektioner i förväg, få förtur till rea, give-aways och andra särskilda erbjudanden. Kundklubben är samtidigt ett mycket bra verktyg för Odd Molly att kunna analysera målgrupp, beteenden och preferenser.

Vad gillar Molly att handla?

Odd Mollys design har ett särpräglad formspråk – en unik stil med kläder som är feminina, smickrande och lätta att bära. Viktiga designkomponenter är färg, mönster och detaljer som kräver en mänsklig hand. Målet är att utveckla nyskapande kollektioner som andas varumärkets själ och är kommersiellt intressanta. Det finns ett hållbarhetstänk i allt från grundmaterial till produktion. Allt ska andas kvalitet och ge en känsla av naturmaterial. Målgruppen är tjejer i alla åldrar och från olika kulturer – tjejer som vill må och se bra ut.

Sortimentet har idag en bra balans mellan olika varuslag, mellan enklare produkter och mer dekorerade plagg samt mellan välkända produkter och nyheter. Fler varuslag i lägre prisgrupper bidrar till att driva försäljning, medan mer arbetade plagg bidrar till att stärka varumärket – enkelt uttryckt. Odd Mollys kläder är positionerade i det övre mellanprissegmentet. Grunden är kläder och accessoarer för tjejer, men utvecklingsmöjligheterna som livsstilskoncept är stora. Idag finns Home, Bad och Regn etablerade – och under 2015 lanserades Skor, Denim och en kollektion i ekologisk bomull.

Hur möter vi Molly?

Fyra införsäljningar per år, jämfört med som tidigare två, två huvudkollektioner med vardera fyra släpp, har flera fördelar; jämnare varuflöde, högt nyhetsvärde – och fler tillfällen då Odd Molly träffar sin kund. Det leder till återkommande dialogmöjligheter, bättre styrning och tätare uppföljningar. Bolaget får bättre analysmöjligheter och blir därmed mer träffsäkert. Den digitala plattformen är också en mycket bra källa till analys, statistik och information om kundbeteende och köpmönster.

Den egna försäljningsorganisationen arbetar med att bygga långsiktiga relationer till både återförsäljare på den skandinaviska marknaden och bolagets alla agenter. Odd Molly har återkommande aktiviteter för att utbilda goda varumärkesambassadörer, skapa trygghet och dialog.

Hur hittar vi fram till fler Mollys?

Merparten av Odd Mollys försäljning sker idag i Västeuropa, men varumärket är även representerat i Nordamerika och Australien. Odd Molly återfinns i allt från personliga modebutiker till trendiga designerbutiker och välkända varuhus. Sverige är Odd Mollys första och största marknad. Tillsammans med Tyskland, Schweiz, Finland och USA svarade de fem största marknaderna för cirka 88 procent (84) av den totala försäljningen år 2015. Vad gäller tillväxt fokuserar Odd Molly på marknader där bolaget har störst förutsättningar att nå en marknadsledande position.

Odd Molly har satsat stort på digital närvaro under året – både vad gäller affärsutveckling och kommunikation i sociala medier. Allt marknadsföringsmaterial tas fram internt, men anpassas till varje lokal marknad ute i världen i samarbete med respektive agent eller distributör som sedan ansvarar för den dagliga varumärkeshantering på sin marknad. Odd Mollys marknadsföring sker genom ett antal olika kanaler, där en av de viktigaste är representation på internationella mode- och inredningsmässor. Kopplingen mellan fysiska butiker, webben och sociala medier blir allt tydligare.



Vilka jobbar för Molly?

På Odd Molly finns funktioner från design och inköp till försäljning, ekonomi, logistik och marknadsföring samt butik. Vid årets slut hade Odd Molly 81 (70) anställda i Sverige, Danmark, Norge, Finland och USA, av dessa var 72 (63) kvinnor och nio (sju) män. Odd Molly har en stark företagskultur och tydliga värderingar. Det är lika viktigt att arbeta strukturerat mot satta mål som att känna att det är roligt att gå till jobbet, att få växa och utvecklas inom företaget. Molly och hennes driv inspirerar även i den dagliga verksamheten.



Odd Mollys butikskoncept skiljer sig från mängden. Formspråket är – precis som kollektionerna – särpräglad och står ut bland butikskedjor och andra varumärken. Odd Mollys livsstilsbutiker visar hela den aktuella kollektionen i en miljö som är helt i linje med varumärkets själ. Butikerna ska vara inbjudande och förmedla en känsla av att komma hem till Molly!

ODD MOLLYS ANSVAR

Arbetet med hållbarhet är en ständigt pågående, prioriterad och långsiktig process inom Odd Molly. Ambitionen är att fortlöpande ta steg för att förbättra ansvarsarbetet ytterligare, gärna genom samarbeten med andra i branschen och med stöd av externa organisationer.

Odd Mollys ansvar

Odd Mollys ansvar innefattar god etik, ett socialt ansvarstagande och miljötanke. De etiska och miljömässiga riktlinjerna gäller alla som arbetar med Odd Molly – de egna medarbetarna, leverantörer, underleverantörer och andra samarbetspartner. Miljöpåverkan ska minimeras i största möjliga mån i alla led av bolagets värdekedja.

Odd Molly ska vara ett sunt företag och en god förebild där ansvarstagandet är en del av företagskulturen. Odd Mollys kläder är av hög kvalitet som tål att användas år efter år, långt ifrån slit och släng. Kläderna lever längre och efterfrågas även i stor utsträckning på andrahandsmarknaden.

Hur arbetar Odd Molly med ansvar

Odd Molly arbetar konsekvent utifrån företagets etiska och miljömässiga riktlinjer med syftet att inte endast minimera uppkomsten av affärsrisker, som i förlängningen kan påverka såväl varumärke som företagets anseende, utan även ta ansvar för att använda resurser på ett hållbart sätt.

Bolaget har riktlinjer för sina leverantörer och följer Fair Wear Foundations uppförandekod, "Code of Labour Practice", som bland annat syftar till att säkerställa att produktionen sker under goda arbetsförhållanden och baseras på ILO-konventioner samt FNs barnkonvention.

Ansvarsfull produktion

Odd Molly har ingen egen tillverkning utan låter producera sina kollektioner hos utvalda leverantörer i Kina, Indien, Portugal och Marocko. Med många handgjorda och komplicerade detaljer i plaggen ställer Odd Molly höga krav på sina leverantörer. Valet av tillverkare är främst baserat på produktkvalitet och leveranssäkerhet men även etik- och miljöarbete väger in. Odd Molly ser löpande över sitt nätverk av samarbetsparter, även om ambitionen är att värna nära samarbeten och långa relationer.

Odd Molly arbetar dels direkt med sina leverantörer och dels genom samarbete med produktionsagenter i Asien och Europa. Produktionsagenten arbetar i nära dialog med Odd Mollys produktionsavdelning för att finna rätt tillverkare för bolagets behov. Odd Molly har en extern samarbetspartner i Kina som hjälper bolaget med kvalitets- och produktionskontroll på plats. Denna part utför kontroller av färdiga produkter innan de godkänns för leverans till Sverige och genomför även inspektioner under produktionsprocessens gång för att säkerställa att plaggen når upp till Odd Mollys högt ställda krav. Vidare fungerar de som Odd Mollys förlängda arm vad gäller uppföljning av utförda externa sociala revisioner. Även det egna design- och produktionsteamet besöker kontinuerligt tillverkarna för att diskutera utvecklingsmöjligheter, teknik och kvalitetsfrågor.

Miljöansvar

Odd Mollys strävar efter en produktutvecklingsprocess med minsta möjliga miljöpåverkan. I varje steg i produktionscykeln ska miljöaspekten vägas in, från val av material, produktion och transport, till att den färdiga produkten når butik.

Odd Molly arbetar aktivt med att motverka förekomsten av farliga kemikalier i produkter samt att säkerställa att REACH, kemikalielagstiftningen inom EU, efterlevs. Alla leverantörer måste skriva under att de följer reglerna om förbjudna kemikalier och Odd Molly låter genom stickprover kontrollera att så sker. Odd Molly är sedan 2011 medlem i Kemikaliegruppen inom SWEREA/IVF, som är en kunskapsplattform med syfte att hjälpa medlemsföretagen att motverka förekomsten av farliga ämnen i deras produkter samt förbättra bolagets informationsgivning kring frågor om kemikaliehantering.

För att i största möjliga mån bidra till att minska utsläppen av koldioxid är Odd Mollys förstahandsval av transportsätt alltid båtfrakt alternativt bilfrakt från leverantörer i Europa. Om detta inte är möjligt sker en kombination av flyg- och båttransport eller flygtransport. Odd Molly utvärderar löpande sina transporter för att hitta optimala lösningar. Ambitionen är att minimera antalet flygfrakter.

Odd Molly är sedan 2010 engagerade i ett samarbetsprojekt tillsammans med ett trettio-tal företag inom den svenska textilindustrin - Sweden Textile Water Initiative. Syftet med initiativet är att arbeta proaktivt för att förstå och förbättra vattenpåverkan från textil- och läderproduktion. Initialt var

ambitionen att projektet skulle pågå under två år men det har under hand utvecklats till ett löpande samarbete. STWI har bland annat tagit fram gemensamma riktlinjer som stöd för en hållbar användning av vatten i produktionskedjan. Under året startades STWI Projects, som är ett samarbete mellan SIWI, Sida och flera medlemsföretag. Projektet syftar till att med utbildning och stöd, göra det möjligt för tillverkarna att med enkla och kostnadseffektiva åtgärder minska förbrukningen av vatten, kemikalier och energi. Tre av Odd Mollys tillverkare, som står för cirka 20 procent av bolagets inköpsvolym, deltog i projektet under året. Detta gav mycket bra resultat, och de utvalda tillverkarna kommer vara med även nästa år och involvera sina underleverantörer.

Under året har Odd Molly inlett samarbete med mobilappen Cirqle, vars syfte är att öka återanvändningen av textil. Genom att lämna in använda klädesplagg eller andra textilier till någon av Cirqles insamlingsplatser får inlämnaren ett erbjudande – som till exempel rabatter eller värdekuponger – av olika modeföretag, däribland Odd Molly.

Socialt ansvar

Sedan 2009 är Odd Molly medlem i Fair Wear Foundation – en oberoende organisation vars mål är att förbättra arbetsvillkoren inom textilindustrin. Tillsammans med organisationen driver Odd Molly ett aktivt och kontinuerligt förbättringsarbete på fabriken. Samarbetet innebär bland annat att organisationen gör inspektioner av Odd Mollys leverantörer enligt en gemensamt framtagna plan. Under året var medarbetare från Odd Molly med på bland annat revisioner i Kina.

Fair Wear Foundation utvärderar löpande Odd Molly som medlem för att säkerställa att företaget internt arbetar på ett optimalt sätt för att följa den uppsatta planen och aktivt verkar för att åstadkomma förändring tillsammans med sina leverantörer. Utvärderingarna publiceras på Fair Wear Foundations och Odd Mollys hemsidor. Graderingskategorierna spänner från "Need improvements" till "Leader". Odd Molly har för närvarande graderingen "Good".

Målet med Fair Wear Foundations arbete och revisioner är att i första hand utvärdera och förbättra förhållandena i Odd Mollys befintliga fabriker. Inspektionerna är alltid förannmälda för att bibehålla goda relationer med leverantörerna och bidra till en dialog om förbättringsarbetet.

Odd Molly har uppnått målet att leverantörer motsvarande 90 procent av produktionsvolymen årligen ska inspekteras. Vid kontrollerna framkom att inom områdena levnadslöner och reglerad övertid behöver det långsiktiga förändringsarbetet fortgå. Fair Wear Foundation strävar efter att fabriker, utöver att följa rådande lagar gällande minimilöner, ska betala ut löner som arbetarna kan leva på. Inspektionerna har visat att det här är ett område som fortfarande kan förbättras. Bedömningen är att leverantörerna är positiva till att följa de förbättringsplaner som tas fram.

Under året genomfördes fem inspektioner samt ett antal uppföljningskontroller av redan inspekterade fabriker. Fyra av Odd Mollys leverantörer engagerades i Fair Wear Foundations utbildningsprogram för arbetarna med målet att öka kunskapsnivån och medvetenheten för att fabriker på egen hand ska kunna göra hållbara förbättringar.

Läs mer om Fair Wear Foundation och om genomförda inspektioner på www.fairwear.org.

Djurrätt

Odd Molly använder inte ädelpäls i sina produkter, endast päls och skinn från djurarter som föds upp för matindustrin. Bolaget är sedan 2012 med på "Pälsfria listan", Fur free Retailers program. Bolaget accepterar inte metoder såsom mulesing och köper därför inte merinoull med australienskt ursprung. Odd Molly arbetar endast med leverantörer som kan garantera dun från icke levande fåglar. Sedan 2014 använder bolaget ingen angora i sina plagg.



ODD MOLLYS AKTIE

Odd Mollys informationsgivning till flera tusen aktieägare och övrig kapitalmarknad syftar till att skapa en rättvisande bild av verksamhetens utveckling, minimera risken för ryktesspridning och spekulationer samt bidra till att öka intresset för bolagets aktie. Ambitionen är att agera snabbt och korrekt. Odd Mollys aktie är sedan juni 2010 noterad på Nasdaq Stockholm.

Börsvärde och omsättning

Sista betalkurs per den 31 december 2015 var 38,60 SEK (40,40), vilket gav ett börsvärde för Odd Molly på 222,0 MSEK (232,4). Under räkenskapsåret omsattes i genomsnitt cirka 3 791 aktier per dag (3 892). Totalt omsattes 1,0 miljoner Odd Molly-aktier (1,0) till ett värde av 42,2 MSEK (42,4). Lägsta kurs var 35,00 SEK (2015-08-24) och högsta kurs var 51,00 SEK (2015-04-29). Kursnedgången under 2015 uppgick till 7,0 procent, vilket kan jämföras med en uppgång på 9,2 procent under 2014. Under räkenskapsåret 2015 steg OMXSPI Index med 6,6 procent.

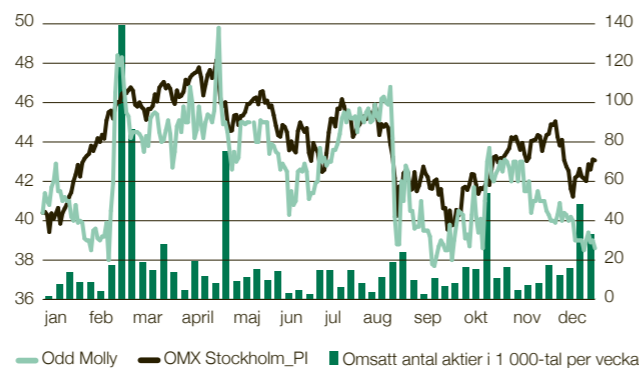
Aktiekapital

Odd Mollys aktiekapital uppgick per den 31 december 2015 till 575 200 SEK fördelat på 5 752 000 aktier med ett kvotvärde om 0,1 SEK per aktie. Enligt bolagsordningen ska aktiekapitalet vara lägst 500 000 SEK och högst 2 000 000 SEK fördelat på lägst 5 000 000 aktier och högst 20 000 000 aktier. Odd Molly har endast ett aktieslag. Aktierna är utgivna i enlighet med svensk lagstiftning och är denominerade i svenska kronor. Aktieägarnas rättigheter kan endast ändras i enlighet med de regler som föreskrivs i aktiebolagslagen (2005:551). Varje aktie medför lika rättighet till andel av bolagets tillgångar och resultat. På bolagsstämman berättigar varje aktie till en röst och alla aktieägare kan rösta för det fulla antalet aktier som innehas utan några begränsningar i rösträtt. Aktierna kan fritt överlåtas.

Aktiekapitalets utveckling

År	Transaktion	Ökning av antal aktier	Totalt antal aktier	Ökning av aktiekapital, SEK	Totalt aktiekapital, SEK
2002	Bildande		1 000		100 000
2003	Nyemission	110	1 110	11 000	111 000
2005	Split 100:1	109 890	111 000		111 000
2005	Nyemission	11 000	122 000	11 000	122 000
2007	Split 41:1	4 880 000	5 002 000		122 000
2007	Fondemission		5 002 000	378 200	500 200
2007	Nyemission	750 000	5 752 000	75 000	575 200

Aktiens utveckling



Aktiebaserade incitamentsprogram

Inom Odd Molly fanns vid årets slut ett utestående incitamentsprogram på förslag från Odd Mollys styrelse baserat på teckningsoptioner i Odd Molly Sverige AB. Optionsprogrammet fastställdes vid årsstämman 2014 och innebar att 100 000 teckningsoptioner tillkom helägda dotterbolaget Odd Molly Sverige AB för vidare överlåtelse till vissa ledande befattningshavare.

Under året förföll ett incitamentsprogram riktat till VD och vVD, varefter styrelsen föreslog ett nytt program. En extra bolagsstämma hölls den 24 februari 2016, efter räkenskapsårets slut. Stämman beslutade i enlighet med styrelsens förslag om ett incitamentsprogram baserat på teckningsoptioner i Odd Molly Sverige AB. Optionsprogrammet innebar att 300 000 teckningsoptioner tillkom Odd Molly Sverige för vidare överlåtelse till VD och vVD.

Utdelningspolicy

Styrelsens mål är att årligen föreslå att bolagsstämman beslutar om utdelning motsvarande minst 40 procent av bolagets vinst till aktieägarna. Styrelsen kommer innan ett sådant förslag lämnas överväga om det finns möjlighet att lämna utdelning i denna storleksordning. I övervägandet kommer styrelsen att beakta flera faktorer, bland annat bolagets verksamhet, rörelseresultat och finansiella ställning, aktuellt och förväntat likviditetsbehov, expansionsplaner och andra väsentliga faktorer. Styrelsen i Odd Molly kommer att föreslå årsstämman att en utdelning om 1,50 SEK (1,00) per aktie lämnas för räkenskapsåret 2015.

Nyckeltal per aktie

	2015	2014	2013	2012	2011
Eget kapital per aktie, SEK	16,19	15,62	14,43	19,22	22,08
Resultat per aktie, SEK	1,70	0,71	-3,38	0,52	2,48
Utdelning per aktie, SEK	1,50*	1,00	0,00	1,50	3,00
Utestående antal aktier på balansdagen, '000	5 752	5 752	5 752	5 752	5 752

*Föreslagen utdelning

Största aktieägare per den 31 december 2015

Tio största aktieägare	Antal aktier	Antal röster/kapital, %
M2 Capital Management AB	1 187 486	20,64
Kattvik Financial Services	1 049 763	18,25
ATV Holding AB	664 471	11,55
New Moon Förvaltning AB	614 173	10,68
Swedbank Robur Småbolagsfond Sverige	292 528	5,09
AMF Aktiefond Småbolag	148 150	2,58
NTC Re Iedu Ucits Clients Non	144 093	2,51
Jimfelt Ghatan, Karin	132 600	2,31
Försäkringsaktiebolaget, Avanza Pension	115 718	2,01
Placeringsfond Småbolagsfond, Norden	98 368	1,71
Totalt 10 största aktieägare	4 447 350	77,33
Övriga	1 304 650	22,67
Totalt	5 752 000	100,00

Ägarstruktur per den 31 december 2015

Antalet aktieägare i Odd Molly uppgick per den 31 december 2015 till 2 568 (2 711) enligt Euroclear Sweden AB. Odd Mollys tio största ägare innehade aktier motsvarande 77,3 procent (76,7) av såväl röster som kapital i bolaget. Utländskt ägande uppgick till cirka 10,2 procent (9,9) per den 31 december 2015.

Aktieägarstruktur	Antal aktieägare	Antal aktier	Innehav, %	Röster, %	Marknadsvärde, TSEK
1 – 500	2 262	253 848	4,41	4,41	9 799
501 – 1 000	144	118 731	2,06	2,06	4 583
1 001 – 5 000	117	271 766	4,72	4,72	10 490
5 001 – 10 000	15	106 562	1,85	1,85	4 113
10 001 – 15 000	7	89 716	1,56	1,56	3 463
15 001 – 20 000	2	33 832	0,59	0,59	1 306
20 001 –	21	4 877 545	84,80	84,80	188 273
Totalt	2 568	5 752 000	100,00	100,00	222 027



FÖRVALTNINGSBERÄTTELSE

Styrelsen och VD för Odd Molly International AB (publ), organisationsnummer 556627-6241, avger härmed årsredovisning och koncernredovisning för räkenskapsåret 1 januari – 31 december 2015.

Bolaget inregistrerades hos Bolagsverket den 27 juni 2002 och har sitt säte i Stockholm. Odd Mollys legala struktur består av moderbolaget Odd Molly International AB (publ) samt de helägda dotterbolagen Odd Molly Inc. registrerat i Delaware, USA, Odd Molly Denmark ApS, i Danmark, Odd Molly Norway AS, i Norge, Odd Molly Sverige AB, i Sverige och Odd Molly Finland Oy, i Finland. Den huvudsakliga verksamheten sker i Odd Molly International AB medan Odd Molly Inc. bedriver Odd Mollys verksamhet i USA från Los Angeles. Odd Molly Denmark ApS, Odd Molly Sverige AB, Odd Molly Norway AS och Odd Molly Finland Oy bedriver grossistverksamhet på sina respektive lokala marknader.

Odd Molly-aktien och ägarförhållanden.

Odd Mollys initiala listning skedde på First North den 18 juni 2007 och den 21 juni 2010 genomfördes ett listbyte av Odd Molly-aktien till Nasdaq Stockholm.

Det totala antalet aktier i Odd Molly uppgår till 5 752 000 fördelat på ett aktieslag. Antalet aktieägare uppgick den 31 december 2015 till 2 568 varav cirka 97 procent var registrerade i Sverige. Aktieägare med ett ägande större än 10 procent omfattar M2 Capital Management AB, Kattvik Financial Services AB, ATV Holding AB och New Moon Förvaltning AB. Mer information finns under avsnittet Odd Mollys aktie på sid 22–23. Det finns inte några begränsningar i överlåtelsebarheten av aktier på grund av bestämmelser i lag eller bolagsordning.

Inom Odd Molly fanns vid årets slut ett utestående incitamentsprogram på förslag från Odd Mollys styrelse baserat på teckningsoptioner i Odd Molly Sverige AB. Optionsprogrammet fastställdes vid årsstämman 2014 och innebar att 100 000 teckningsoptioner tillkom helägda dotterbolaget Odd Molly Sverige AB för vidare överlåtelse till vissa ledande befattningshavare.

Under året förföll ett incitamentsprogram riktat till VD och vVD, varefter styrelsen föreslog ett nytt program. En extra bolagsstämma hölls den 24 februari 2016, efter räkenskapsårets slut. Stämman beslutade i enlighet med styrelsens förslag om ett incitamentsprogram baserat på teckningsoptioner i Odd Molly Sverige AB. Optionsprogrammet innebar att 300 000 teckningsoptioner tillkom Odd Molly Sverige för vidare överlåtelse till VD och vVD.

Verksamheten

På de skandinaviska marknaderna säljer Odd Molly sina produkter till externa återförsäljare via egen säljkår. I merparten av övriga länder där bolaget är verksamt sker försäljningen via fristående agenter där Odd Molly tack vare agentens stora kunskap om sin lokala marknad, dess aktörer och specifika villkor kan nå en relevant mix av återförsäljare, med rätt profil och varumärken, utan att stora kapitalinvesteringar krävs. Agenten får i sin tur exklusiv rätt att sälja Odd Mollys sortiment på en geografiskt avgränsad marknad. På vissa marknader representeras Odd Molly av en distributör och på en marknad av en franchisetagare. Bolaget driver också egen försäljning till konsument i form av fysiska butiker, webbshop, outlets och shop-in-shops – både i varumärkestärkande syfte och för att driva försäljning.

Väsentliga händelser under räkenskapsåret och efter dess utgång

Under första kvartalet

– öppnade Odd Molly en butik på Åhléns i Göteborg.

Under andra kvartalet

– övertog bolaget ansvaret för Odd Molly-butiken i Bromma Blocks, Stockholm, som tidigare drivits av en extern återförsäljare
– öppnade en egen Odd Molly-butik i Femmans köpcentrum, Göteborg
– öppnade två shop-in-shops, i Oslo, Norge, och Villmanstrand, Finland, som båda drivs av extern återförsäljare
– lanserades en ny webbsajt.

Under tredje kvartalet

– öppnade en egen Odd Molly-butik i köpcentret Frölunda Torg och en egen Odd Molly-butik i köpcentret Kamppi i Helsingfors, Finland
– öppnade Odd Mollys första butik i Prag, i franchiseform
– lanserades Odd Molly Project – ett marknadsföringsprojekt som stödjer tjejer som går sin egen väg och förverkligar sina drömmar.

Under fjärde kvartalet

– öppnade en egen Odd Molly-butik i Mall of Scandinavia, Stockholm
– tecknades kontrakt för en egen Odd Molly-butik i Emporia, Malmö
Öppning är planerad till första kvartalet 2016.

Efter räkenskapsårets utgång – under första kvartalet 2016

– fattades, på en extra bolagsstämma den 24 februari, beslut om ett nytt incitamentsprogram till VD och vVD, se vidare under Odd Molly-aktien och ägarförhållanden
– offentliggjorde bolaget att Johanna Palm utsetts till ny CFO med tillträde i april 2016.

Försäljning och resultat 2015

Koncernen

Nettoomsättning

Nettoomsättningen för året uppgick till 345,0 MSEK (294,3), en ökning med 17 procent jämfört med året innan. Bolagets grossistverksamhet (försäljning till återförsäljare) ökade från 205,6 MSEK till 210,9 MSEK. Intäkterna i detaljhandelsverksamheten (egen försäljning till konsument) ökade under året från 89,3 MSEK till 134,4 MSEK, en tillväxt som kommer från såväl etablerade som nyöppnade butiker samt från bolagets webbshop som fortsätter att utvecklas starkt.

Under 2015 såldes Odd Mollys kläder i totalt 33 (32) länder. Odd Molly hade under året lokal representation i 21 länder genom 11 självständiga agenter samt en distributör och sålde således utan representation till 12 länder. Odd Mollys fem största marknader (Sverige, Tyskland, Schweiz, Finland och USA) svarade under 2015 för cirka 88 procent (84) av den totala försäljningen.

Resultat

Bruttovinstmarginalen för året uppgick till 55,6 procent (54,1) och rörelseresultatet uppgick till 12,5 MSEK (5,5).

Personalkostnaderna uppgick till 60,2 MSEK (49,7), ökningen beror till största delen på ökade personalkostnader kopplat till nyöppnade butiker. Kostnadernas andel av nettoomsättningen var 17 procent liksom året innan.

Övriga externa kostnader uppgick till 113,5 MSEK, jämfört med 99,8 MSEK föregående år. Den högre kostnadsnivån för perioden beror främst på planenligt ökade satsningar på marknadsföring och etablering av nya butiker. Avskrivningar uppgick till 4,6 MSEK (4,5).

Resultat efter skatt uppgick till 9,8 MSEK (4,1) och resultat per aktie till 1,70 SEK (0,71).

Säsongsvariationer

Odd Mollys verksamhet är säsongsbetonad med försäljningsmässigt starka första och tredje kvartal, medan andra och fjärde kvartalen är svagare. Detta innebär att bolagets verksamhet, försäljning och resultat bäst följs halvårsvis.

Finansiell ställning

Bolagets balansomslutning var vid årets slut 143,8 MSEK (138,4). Det egna kapitalet uppgick per den 31 december 2015 till 93,1 MSEK jämfört med 89,9 MSEK vid samma tidpunkt året innan. Soliditeten uppgick vid årets slut till 65 procent (65) och likvida medel uppgick till 20,6 MSEK (39,0).

Kundfordringarna uppgick per den 31 december 2015 till 41,5 MSEK jämfört med 32,0 MSEK vid utgången av 2014. Varulagret uppgick vid årets slut till 56,1 MSEK (39,9), ökningen är en naturlig konsekvens av fler egna butiker.

Investeringar och kassaflöde

Under året uppgick bolagets investeringar till totalt 3,4 MSEK (14,9). Årets kassaflöde uppgick till -18,4 MSEK (-11,1).

Medarbetare

Antalet medarbetare var vid årets slut totalt 83 personer (70) varav 9 män och 74 kvinnor. Medelantalet anställda uppgick under året till 78 personer (65).

Moderbolaget

Moderbolaget omsatte under perioden 338,7 MSEK (286,5) och redovisade ett rörelseresultat om 9,5 MSEK (2,2). Moderbolagets justerade egna kapital uppgick till 80,2 MSEK (78,6). Likvida medel uppgick till 17,3 MSEK (36,0).

Försäljningen i USA sker via det helägda dotterbolaget Odd Molly Inc. Odd Molly har även dotterbolag i Danmark, Norge, Finland och Sverige som bedriver verksamhet i respektive land. All övrig försäljning sker genom moderbolaget.

Riktlinjer för ersättning till VD och övriga ledande befattningshavare

På årsstämman den 29 april 2015 fastställdes att ersättningar till VD och övriga personer i företagsledningen ska utgöras av fast lön, i förekommande fall rörlig lön, övriga förmåner samt pension. Den sammanlagda ersättningen ska vara marknadsmässig och konkurrenskraftig samt stå i relation till ansvar och befogenheter. Den i förekommande fall rörliga lönen ska utgå i kontant ersättning, baseras på utfallet i förhållande till definierade och mätbara mål, samt vara maximerad i förhållande till den mållön som fastställts. Den rörliga lönen ska aldrig kunna överstiga den fasta lönen. Vid uppsägning av anställningsavtal från bolagets sida ska uppsägningstiden inte vara längre än tolv månader.

Avgångsvederlag bör inte förekomma. Pensionsförmåner ska vara antingen förmåns- eller avgiftsbestämda, eller en kombination därav och ge företagsledningen rätt att erhålla pension från 65 års ålder. Styrelsen får frånga dessa riktlinjer endast om det i enskilt fall finns särskilda skäl för det.

Inför årsstämman 2016 föreslår styrelsen att oförändrade principer för ersättning till VD och ledande befattningshavare ska gälla under 2016.

Miljö och socialt ansvar

Odd Molly värnar om sina medmänniskor och miljön samt hur dessa kan påverkas av bolagets verksamhet. Odd Molly har ingen egen tillverkning utan producerar sina kollektioner hos noga utvalda leverantörer. Odd Molly är engagerade i Sweden Textile Water Initiative, ett samarbetsprojekt tillsammans med ett trettiotal företag inom den svenska textilindustrin. Syftet med samarbetet är att arbeta för att förstå och förbättra vattenpåverkan från textil- och läderproduktion. Sedan 2009 är Odd Molly medlem i Fair Wear Foundation som är en oberoende organisation vars mål är att förbättra arbetsvillkoren inom textilindustrin. Som

medlemsföretag åtar sig Odd Molly att följa Fair Wear Foundations Code of Labour Practices samt att göra oberoende inspektioner av bolagets tillverkare. Läs mer om Odd Mollys ansvarsarbete på sid 18–20.

Risikfaktorer

Ett antal faktorer utanför Odd Mollys kontroll kan ha en negativ påverkan på bolagets verksamhet, resultat och finansiella ställning, liksom ett flertal faktorer vars effekter Odd Molly kan påverka genom sitt agerande. Nedan redogörs för ett antal riskfaktorer som bedöms ha stor påverkan på Odd Mollys framtidsutsikter. Riskerna är inte rangordnade och är heller inte heltäckande. Ytterligare risker och osäkerheter som Odd Molly inte känner till eller som för närvarande inte bedöms som väsentliga kan också komma att utvecklas till viktiga faktorer som påverkar Odd Molly.

Verksamhets- och branschrelaterade risker

Marknadsrisker

Konkurrens

Odd Molly är verksam i den starkt konkurrensutsatta modebranschen där flera av konkurrenterna är mycket stora och kapitalstarka vilket ger dem stora möjligheter att anpassa verksamheten till förändringar i kund- efterfrågan, avsätta väsentliga resurser till marknadsföring och design av sina produkter samt uppnå större varumärkeskännedom. Odd Molly har hittills hävdats sig väl i konkurrensen men det finns inga garantier för att bolaget även fortsättningsvis kommer att kunna hävda sig väl mot såväl nuvarande som framtida konkurrenter. Ökad och fortsatt konkurrens kan leda till prispress och minskade marknadsandelar, vilket kan ha en betydande negativ inverkan på Odd Mollys verksamhet, resultat och finansiella ställning.

Leverantörsrisker

Odd Molly har ingen egen produktion utan är helt beroende av sina leverantörer för tillhandahållandet av varor. Bolaget använder sig dock av ett flertal olika leverantörer i flera olika länder och är därför inte beroende av någon enskild leverantör för sin verksamhet. Att varorna levereras i tid är av största vikt för Odd Molly. Förlost av en eller flera leverantörer samt försenade eller uteblivna leveranser skulle kunna inverka negativt på bolagets verksamhet, resultat och finansiella ställning. Vissa av Odd Mollys produkter produceras i utvecklingsländer. Villkor och regler avseende miljö- och arbetsförhållanden skiljer sig i flera avseenden från förhållanden i de länder där produkterna säljs. Särskilt konsumentvaruföretag med leverantörer i utvecklingsländer kan bli utsatta för kritik avseende exempelvis arbetsförhållanden, produkternas kvalitet och produkternas miljöpåverkan. En negativ exponering i sådana frågor medför minskat förtroende för företagets varumärke och kan leda till minskad efterfrågan av företagets produkter och därmed inverka negativt på bolagets verksamhet, resultat och finansiella ställning. Odd Molly är sedan 2009 medlem i Fair Wear Foundation som arbetar för att förbättra villkoren för anställda på fabriker där produktionen av Odd Mollys produkter sker. Odd Molly besöker regelbundet leverantörerna för att i möjligaste

mån säkerställa att dessa agerar i enlighet med villkoren i Fair Wear Foundations uppförandekod. Odd Molly kan emellertid inte kontrollera leverantörernas samtliga handlingar och det kan därför, trots vidtagna åtgärder, inte uteslutas att efterfrågan på Odd Mollys produkter skulle kunna påverkas, eller att Odd Mollys varumärke skulle kunna skadas, på grund av överträdelser av uppförandekoden eller gällande regleringar.

Importkvoter

Odd Molly köper en del av sitt sortiment från länder utanför EU. Som ett led i att förstärka vissa branscher inom Europa har EU i vissa fall infört importrestriktioner på varor, till exempel kläder, vilket kan påverka inköpskostnaderna. Eftersom Odd Mollys sortiment håller hög kvalitet och därmed även högre pris blir eventuell påverkan förhållandevis begränsad jämfört med aktörer inom lågprissegmenten. Det kan trots det inte uteslutas att eventuella framtida handelsrestriktioner, däribland höjda tulltariffer, skyddsåtgärder eller kvoter för kläder innebär att bolaget får ändrade inköpsrutiner och ökade inköpskostnader vilket i sin tur kan få negativa konsekvenser på bolagets verksamhet, resultat eller finansiella ställning.

Konjunktur

Konjunkturpåverkan kan innebära att efterfrågan på Odd Mollys produkter minskar eller ökar.

Affärsrisker

Expansion genom återförsäljare

Odd Mollys framtida tillväxt är bland annat beroende av de befintliga återförsäljarnas förmåga att öka försäljningen av Odd Mollys produkter samt av att fler återförsäljare börjar sälja Odd Mollys produkter. Om Odd Molly inte lyckas expandera genom fler återförsäljare kan detta ha betydande negativ effekt på bolagets tillväxtpotentialer och även på bolagets verksamhet, resultat och finansiella ställning.

Odd Mollys försäljning till externa återförsäljare sker genom agenter och distributörer som har exklusivitet på sin respektive marknad. Marknadsbearbetning och försäljningsutfall beror till stor del på agenternas och distributörernas kunskap, erfarenhet och engagemang. För att långsiktigt behålla starka samarbetspartner ser Odd Molly det som viktigt med marknadsmässiga villkor och att arbeta för starka och goda relationer med sina samarbetspartner. För att undvika att agenter blockerar marknader med låg försäljning finns det minimumnivåer i kontrakten som gör att avtalen kan brytas och nytt samarbetsavtal träffas med ny agent eller distributör.

Etableringsrisk nya butiker

Odd Mollys tillväxtstrategi innebär fortsatt butiksetablering i egen regi. Det finns ingen garanti att butiker i egen regi kommer att generera tillräcklig avkastning för att täcka den initiala investeringen. Vidare kan tillgången till attraktiva butikslokaler till kommersiellt godtagbara villkor, komma att påverka expansionen inom egna detaljhandeln.

Beroendet av nyckelpersoner och medarbetare

Odd Mollys framtida tillväxt beror i hög grad på företagsledningens och andra nyckelpersoners kunskap, erfarenhet och engagemang. Odd Molly har träffat anställningsavtal med nyckelpersoner på villkor som bolaget bedömer vara marknadsmässiga. Odd Molly ser hela sin personal som en väsentlig tillgång och arbetar därför kontinuerligt med att upprätthålla en god personalpolitik. Trots detta finns det inte någon garanti för att Odd Molly kommer att kunna behålla dessa nyckelpersoner eller kommer att kunna rekrytera ny kvalificerad personal i framtiden. Om någon av bolagets nyckelpersoner slutar kan det få en negativ effekt på Odd Mollys verksamhet, resultat och finansiella ställning.

Skydd för immateriella rättigheter

Odd Mollys varumärken är av fundamental betydelse för bolagets ställning och framgång. Kopiering av Odd Mollys varumärken eller distribution och försäljning av Odd Mollys produkter utan bolagets tillstånd skadar Odd Mollys varumärke, kundernas förtroendekapital för Odd Mollys produkter och därmed lönsamheten för bolaget. Därtill kan möjligheterna att expandera till nya marknader begränsas om exempelvis en tredje part i ett land har registrerat ett varumärke som påminner om något av Odd Mollys varumärken. Odd Molly skyddar aktivt sina varumärken och arbetar kontinuerligt med kontroll och uppföljning av bolagets varumärkesskydd. Dock finns det ingen garanti för att de åtgärder som vidtas av Odd Molly för att skapa, skydda och övervaka användandet av immateriella rättigheter är tillräckliga. Om Odd Mollys varumärken skadas kan detta leda till att bolagets verksamhet, resultat och finansiella ställning påverkas negativt. Det kan heller inte uteslutas att designers, butiker och andra aktörer hävdar att Odd Mollys produkter gör intrång i deras immateriella rättigheter. Även om bolaget inte är involverat i någon sådan rättsprocess för närvarande finns det inga garantier för att sådana anspråk inte kommer att riktas gentemot bolaget i framtiden. Om detta inträffar kan det innebära betydande utgifter för bolaget för försvar och eventuella skadestånd. Om bolaget inte kan försvara sig mot ett eller flera sådana anspråk kan det skada bolagets anseende och väsentligen inverka negativt på bolagets verksamhet, resultat och finansiella ställning.

Förändrad efterfrågan

Odd Molly är i hög utsträckning beroende av kundernas preferenser för design, kvalitet och pris. En missbedömning av kundernas preferenser kan medföra att efterfrågan på Odd Mollys produkter sjunker vilket i sin tur kan få betydande negativ inverkan på bolagets verksamhet, resultat och finansiella ställning.

Renomméförsämring

För att kunna upprätthålla en hög och jämn kvalitet samt för att skydda Odd Mollys enhetliga koncept och värderingar fordras att bolaget till en väsentlig del bibehåller möjligheten att kunna kontrollera sitt distributionsnät. Odd Molly behöver säkerställa att kunder upplever Odd Mollys produkter på ett konsekvent sätt runt om i världen. Produkterna ska presenteras på ett sätt som återspeglar de värden som Odd Molly står för. Om en agent eller återförsäljare vidtar någon åtgärd som innebär att Odd Mollys produkter presenteras i strid med Odd Mollys positionering på marknaden, eller inte stämmer överens med Odd Mollys värden och koncept, kan Odd Mollys varumärken och renommé skadas. Om Odd Molly inte på ett effektivt sätt kan säkerställa presentationen av produkterna kan detta i förlängningen påverka bolagets verksamhet, resultat och finansiella ställning negativt.

Miljörisker

Odd Molly bedömer att verksamheten bedrivs i enlighet med tillämpliga lagar och regler avseende miljö, hälsa och säkerhet. Uppkomsten av eventuell överträdelse eller förändring av lagar och regler kan föra med sig betydande kostnader eller andra åtaganden vilket kan inverka negativt på bolagets verksamhet, resultat och finansiella ställning.

Finansiella risker

För beskrivning av koncernens hantering av de finansiella riskerna se Not 27 Finansiell riskhantering.

Bolagsstyrning

Styrningen av Odd Molly sker via årsstämma, styrelse och verkställande direktören i enlighet med aktiebolagslagen samt företagets bolagsordning. Bolaget följer Svensk kod för bolagsstyrning. Mer information om bolagets styrning finns i Bolagsstyrningsrapporten på sid 54–57.

Framtidsutsikter

Resultatet 2015 visar tydligt att det förändringsarbete som pågått sedan 2012 burit frukt. Skapandet av en ny sortimentsstrategi, ny distributionsstrategi och en organisation anpassad för detta har genererat resultat i form av ökad omsättning och förbättrad lönsamhet.

Under 2015 öppnade Odd Molly fem nya butiker och 12 shop-in-shops, lanserade flera mindre produktgrupper och genomförde nya marknadsföringskampanjer.

Den valda vägen, att med ett starkt livsstilskoncept skapa tillväxt genom både egen detaljhandel och externa återförsäljare, ger kontroll, flexibilitet och utrymme för kreativitet – och skapar förutsättningar för att generera långsiktig lönsam tillväxt.

Förslag till vinstdisposition

Styrelsen avser att årligen pröva om det finns möjlighet att lämna utdelning. Styrelsens mål är att årligen föreslå att bolagsstämman beslutar om utdelning motsvarande minst 40 procent av bolagets vinst till aktieägarna. Styrelsen kommer innan ett sådant förslag lämnas överväga om det finns möjlighet att lämna utdelning i denna storleksordning. I övervägandet kommer styrelsen att beakta flera faktorer, bland annat bolagets verksamhet, rörelseresultat och finansiella ställning, aktuellt och förväntat likviditetsbehov, expansionsplaner och andra väsentliga faktorer. Styrelsen i Odd Molly kommer att föreslå årsstämman att en utdelning om 1,50 SEK (1,00) per aktie lämnas för räkenskapsåret 2015.

Förslag till disposition beträffande bolagets vinst

Till årsstämmans förfogande står följande vinstmedel (TSEK):

Överkursfond	26 635
Fond för verkligt värde	–828
Balanserad vinst	26 703
Årets vinst	7 776
Summa	60 286

Styrelsen föreslår att vinstmedlen disponeras så att:

Till aktieägare utdelas	
5 752 000 aktier x 1,50 SEK per aktie	8 626
Balanseras i ny räkning	51 658
Summa	60 286

FINANSIELL INFORMATION I SAMMANDRAG - KONCERNEN

Belopp i TSEK	2015	2014	2013	2012	2011
Resultat					
Nettoomsättning	344 954	294 298	228 163	223 724	292 275
Rörelseresultat, EBIT	12 451	5 516	-24 098	220	20 074
Årets resultat	9 807	4 095	-19 428	2 993	14 237
Marginaler					
Bruttovinstmarginal	55,6	54,1	54,5	53,6	56,0
Rörelsemarginal, EBIT, %	3,6	1,9	-10,6	0,1	6,9
Vinstmarginal, %	3,7	1,9	-10,4	0,7	7,3
Avkastningsmått					
Avkastning på sysselsatt kapital, %	14,1	6,6	-24,4	1,4	16,2
Avkastning på eget kapital, %	10,7	4,7	-20,1	2,5	10,7
Finansiell ställning					
Balansomslutning	143 817	138 404	128 286	141 268	165 304
Eget kapital	93 116	89 854	82 998	110 531	126 981
Soliditet, %	64,7	64,9	64,7	78,2	76,8
Per aktie*					
Eget kapital per aktie, SEK	16,19	15,62	14,43	19,22	22,08
Resultat per aktie, SEK	1,70	0,71	-3,38	0,52	2,48
Utdelning per aktie, SEK	1,50**	1,00	0,00	1,5	3,00
Anställda					
Genomsnittligt antal anställda	78	65	56	54	57
Nettoomsättning per anställd, SEK	4 455	4 561	4 070	4 111	5 142

*) Baserat på vägt genomsnitt före och efter utspädning.

**) Avser föreslagen utdelning 2016.

KONCERNENS TOTALRESULTAT

Belopp i TSEK	Not	2015	2014
Rörelsens intäkter			
Nettoomsättning	1	344 954	294 298
Övriga rörelseintäkter	2	306	655
		345 259	294 953
Rörelsens kostnader			
Handelsvaror		-153 202	-135 122
Övriga externa kostnader	3, 4	-113 523	-99 793
Personalkostnader	5	-60 213	-49 743
Avskrivningar av materiella och immateriella anläggningstillgångar	6	-4 638	-4 479
Övriga rörelsekostnader	7	-1 232	-301
Rörelseresultat		12 451	5 516
Resultat från finansiella poster			
Ränteintäkter och liknande resultatposter	8	415	232
Räntekostnader och liknande resultatposter	9	-105	-98
Resultat efter finansiella poster		12 762	5 649
Skatt på årets resultat	10	-2 955	-1 554
Årets resultat hänförligt till moderbolagets aktieägare		9 807	4 095
Övrigt totalresultat			
<i>Poster som kommer att omklassificeras till resultatet</i>			
Omräkningsdifferens		731	1 678
Derivat omklassificerat till rörelseresultat		-1 844	1 260
Förändring verkligt värde derivat		-110	-150
Skatteeffekt förändring verkligt värde derivat		430	-244
Övrigt totalresultat		-793	2 544
Årets totalresultat hänförligt till moderbolagets aktieägare		9 014	6 639
Resultat per aktie			
Resultat per aktie före utspädning (SEK)*	11	1,70	0,71
Resultat per aktie efter utspädning (SEK)	11	1,70	0,71
Föreslagen utdelning per aktie (SEK)		1,50	1,00
Antal aktier vid årets slut		5 752 000	5 752 000
Genomsnittligt antal aktier före utspädning		5 752 000	5 752 000
Genomsnittligt antal aktier efter utspädning		5 752 000	5 761 677

* För beräkning, se vidare under avsnitt "Förändring i koncernens eget kapital".

BALANSRÄKNINGAR - KONCERNEN

Belopp i TSEK	Not	31 dec 2015	31 dec 2014	Belopp i TSEK	Not	31 dec 2015	31 dec 2014
TILLGÅNGAR				EGET KAPITAL OCH SKULDER			
Anläggningstillgångar				Eget kapital			
<i>Immateriella anläggningstillgångar</i>				Aktiekapital (5 752 000 aktier)			
Rättigheter	1, 12	8 184	10 928	Övrigt tillskjutet kapital		26 635	26 635
Övriga immateriella anläggningstillgångar	1, 12	769	301	Reserver		1 103	1 895
		8 952	11 229	Balanserade vinstmedel		64 803	60 748
<i>Materiella anläggningstillgångar</i>				Summa eget kapital			
Inventarier, verktyg och installationer	1, 13	3 902	2 967			93 116	89 854
		3 902	2 967	Långfristiga skulder och avsättningar			
<i>Finansiella anläggningstillgångar</i>				Avsättningar för uppskjuten skatt			
Uppskjuten skattefordran	14	1 153	1 050		22	5 037	4 882
		1 153	1 050			5 037	4 882
Summa anläggningstillgångar				Kortfristiga skulder			
		14 008	15 247	Förskott från kunder			
Omsättningstillgångar				Leverantörsskulder			
<i>Varulager m.m.</i>				Derivatinstrument			
Färdiga varor och handelsvaror	17	56 077	39 945		19	1 389	1 065
Förskott till leverantörer		5 263	3 232	Aktuella skatteskulder		234	1 160
		61 340	43 177	Övriga skulder		5 955	3 853
<i>Kortfristiga fordringar</i>				Upplupna kostnader och förutbetalda intäkter			
Kundfordringar	18	41 498	32 002		23	16 844	13 935
Derivatinstrument	19	327	1 847			45 665	43 668
Övriga fordringar		934	2 617	SUMMA EGET KAPITAL OCH SKULDER			
Förutbetalda kostnader och upplupna intäkter	20	5 111	4 499			143 817	138 404
		47 871	40 965	Ställda säkerheter och eventalförpliktelser			
Kassa och bank				Ställda säkerheter			
		20 599	39 015		24	31 153	25 050
Summa omsättningstillgångar				Ansvarförbindelser			
		129 810	123 157		24	915	615
SUMMA TILLGÅNGAR							
		143 817	138 404				

KASSAFLÖDESANALYSER - KONCERNEN

Belopp i TSEK	2015	2014	Belopp i TSEK	2015	2014
Den löpande verksamheten			Investeringsverksamheten		
Rörelseresultat	12 451	5 516	Förvärv av immateriella anläggningstillgångar	-750	-13 673
<i>Justeringar för poster som inte ingår i kassaflödet:</i>			Förvärv av materiella anläggningstillgångar	-2 546	-858
Avskrivningar och nedskrivningar	4 638	4 479	Förvärv av finansiella tillgångar	-103	-398
Omvärdering av derivat	-110	150	Kassaflöde från investeringsverksamheten -3 399 -14 929		
Kursvinster	482	482	Finansieringsverksamheten		
Realisationsvinst/-förlust vid försäljning inventarier	-	-389	Utbetald utdelning	-5 752	-
Erhållen ränta	415	232	Premier teckningsoptioner	-	218
Erlagd ränta	-105	-98	Kassaflöde från finansieringsverksamheten -5 752 218		
Betald skatt	-3 352	-1 050	Årets kassaflöde -18 442 -11 111		
Kassaflöde från den löpande verksamheten före förändringar av rörelsekapital 14 420 9 322			Likvida medel vid årets början		
Kassaflöde från förändringar i rörelsekapital			Kursdifferens i likvida medel		
Ökning(-)/Minskning(+) av varulager	-16 054	-5 829		39 015	48 999
Ökning(-)/Minskning(+) av rörelsefordringar	-11 666	206	Likvida medel vid årets slut 20 599 39 015		
Ökning(+)/Minskning(-) av rörelseskulder	4 009	-98			
Kassaflöde från den löpande verksamheten -9 291 3 601					

FÖRÄNDRING I KONCERNENS EGET KAPITAL

Belopp i TSEK	Aktiekapital	Övrigt tillskjutet kapital	Omräknings-differenser	Verkligt värde reserv	Balanserade vinstmedel	Summa eget kapital
Eget kapital 1 januari 2014	575	26 418	-478	-171	56 653	82 997
Utdelning	-	-	-	-	-	0
Tillskjutet kapital teckningsoptioner	-	218	-	-	-	218
Årets resultat	-	-	-	-	4 095	4 095
Övrigt totalresultat	-	-	1 678	866	-	2 544
Eget kapital 31 december 2014	575	26 635	1 200	696	60 748	89 854
Eget kapital 1 januari 2015	575	26 635	1 200	696	60 748	89 854
Utdelning	-	-	-	-	-5 752	-5 752
Tillskjutet kapital teckningsoptioner	-	-	-	-	-	0
Årets resultat	-	-	-	-	9 807	9 807
Övrigt totalresultat	-	-	731	-1 524	-	-793
Eget kapital 31 december 2015	575	26 635	1 931	-828	64 803	93 116

Odd Mollys aktiekapital uppgick vid årets slut till 575 200 kronor fördelat på 5 752 000 aktier med ett kvotvärde på 0,1 kronor. Varje aktie har en röst och lika del i bolagets tillgångar och resultat. Odd Mollys verksamhet är i sin helhet finansierad med eget kapital. Allt eget kapital är hänförligt till moderbolagets aktieägare.

RESULTATRÄKNINGAR - MODERBOLAGET

Belopp i TSEK	Not	2015	2014
Rörelsens intäkter			
Nettoomsättning	1	338 308	285 555
Övriga rörelseintäkter	2	409	909
		338 717	286 464
Rörelsens kostnader			
Handelsvaror		-149 258	-130 078
Övriga externa kostnader	3, 4	-122 026	-107 485
Personalkostnader	5	-54 612	-45 484
Avskrivningar av materiella och immateriella anläggningstillgångar	6	-1 879	-1 220
Övriga rörelsekostnader	7	-1 440	-
Rörelseresultat		9 502	2 197
Resultat från finansiella poster			
Ränteintäkter och liknande resultatposter	8	415	232
Räntekostnader och liknande resultatposter	9	-94	-87
Resultat efter finansiella poster		9 823	2 342
Bokslutsdispositioner			
Förändring periodiseringsfond		-1 200	-200
Resultat före skatt		8 623	2 142
Skatt på årets resultat	10	-847	-208
Årets resultat		7 776	1 934
MODERBOLAGETS TOTALRESULTAT			
Övrigt totalresultat			
<i>Poster som kommer att omklassificeras till resultatet</i>			
Derivat omklassificerat till rörelseresultat		-1 844	1 260
Förändring verkligt värde derivat		-110	-150
Skatteeffekt förändring verkligt värde derivat		430	-244
Övrigt totalresultat		-1 524	866
TOTALRESULTAT FÖR PERIODEN		6 252	2 800

BALANSRÄKNINGAR - MODERBOLAGET

Belopp i TSEK	Not	31 dec 2015	31 dec 2014	Belopp i TSEK	Not	31 dec 2015	31 dec 2014
TILLGÅNGAR				EGET KAPITAL OCH SKULDER			
Anläggningstillgångar				Eget kapital			
<i>Immateriella anläggningstillgångar</i>				<i>Bundet eget kapital</i>			
Övriga immateriella anläggningstillgångar	12	769	301	Aktiekapital (5 752 000 aktier)		575	575
		769	301	Reservfond		1 628	1 628
<i>Materiella anläggningstillgångar</i>						2 203	2 203
Inventarier, verktyg och installationer	13	3 816	2 955	<i>Fritt eget kapital</i>			
		3 816	2 955	Överkursfond		26 635	26 635
<i>Finansiella anläggningstillgångar</i>				Fond för verkligt värde		-828	696
Andelar i koncernbolag	15	14 122	14 098	Balanserad vinst		26 703	30 521
Övriga finansiella anläggningstillgångar	14	1 153	1 050	Årets resultat		7 776	1 934
Fordringar hos koncernbolag	16	3 513	3 668			60 286	59 786
Uppskjuten skattefordran	22	234	-			62 489	61 989
		19 023	18 817				
Summa anläggningstillgångar		23 608	22 073	Obeskattade reserver			
Omsättningstillgångar				Periodiseringsfonder	21	22 500	21 300
<i>Varulager m.m.</i>						22 500	21 300
Färdiga varor och handelsvaror	17	53 028	38 486	Långfristiga skulder och avsättningar			
Förskott till leverantörer		4 587	3 021	Avsättningar för uppskjuten skatt	22	-	196
		57 615	41 506			-	196
<i>Kortfristiga fordringar</i>				Kortfristiga skulder			
Kundfordringar	18	43 183	31 201	Förskott från kunder		784	475
Derivatinstrument	19	327	892	Leverantörsskulder		23 512	22 952
Fordringar hos koncernbolag	16	1 471	-	Skulder till koncernbolag		21 514	15 042
Skattefordringar		1 047	-	Derivatinstrument	19	1 389	110
Övriga fordringar		834	2 554	Övriga skulder		5 463	2 956
Förutbetalda kostnader och upplupna intäkter	20	4 602	4 381	Upplupna kostnader och förutbetalda intäkter	23	12 288	13 560
		51 466	39 028			64 950	55 094
Kassa och bank		17 251	35 973	SUMMA EGET KAPITAL OCH SKULDER		149 940	138 579
Summa omsättningstillgångar		126 332	116 506	Ställda säkerheter och ansvarsförbindelser			
SUMMA TILLGÅNGAR		149 940	138 579	Ställda säkerheter	24	31 153	25 050
				Ansvarsförbindelser	24	915	615

KASSAFLÖDESANALYSER - MODERBOLAGET

Belopp i TSEK	2015	2014	Belopp i TSEK	2015	2014
Den löpande verksamheten					
Rörelseresultat	9 502	2 197	Förvärv av immateriella anläggningstillgångar	-750	-
<i>Justeringar för poster som inte ingår i kassaflödet:</i>					
Avskrivningar och nedskrivningar	1 879	1 220	Förvärv av materiella anläggningstillgångar	-2 458	-1 688
Omvärdering av derivat	-110	150	Förvärv av finansiella anläggningstillgångar	-127	-14 121
Kursvinster/kursförluster	-82	-82	Kassaflöde från investeringsverksamheten	-3 335	-15 809
Erhållen ränta	415	232	Finansieringsverksamheten		
Erlagd ränta	-94	-87	Utbetald utdelning	-5 752	-
			Aktieägartillskott teckningsoptioner	-	218
Betald skatt	559	-1 114	Ökning(-)/Minskning(+) av fordran koncernbolag	155	-228
Kassaflöde från den löpande verksamheten före förändringar av rörelsekapital	12 070	2 516	Kassaflöde från finansieringsverksamheten	-5 597	-11
Kassaflöde från förändringar i rörelsekapital			Årets kassaflöde	-18 542	-10 926
Ökning(-)/Minskning(+) av varulager	-16 109	-8 924	Likvida medel vid årets början	35 973	46 271
Ökning(-)/Minskning(+) av rörelsefordringar	-13 362	2 413	Kursdifferens i likvida medel	-179	628
Ökning(+)/Minskning(-) av rörelseskulder	7 792	8 888	Likvida medel vid årets slut	17 251	35 973
Kassaflöde från den löpande verksamheten	-9 610	4 893			

FÖRÄNDRING I MODERBOLAGETS EGET KAPITAL

	Aktiekapital	Reservfond	Fond för verkligt värde	Fritt eget kapital	Summa eget kapital
Eget kapital 1 januari 2014	575	1 628	-170	56 938	58 972
Utdelning	-	-	-	-	0
Tillskjutet kapital teckningsoptioner	-	-	-	218	218
Årets resultat	-	-	-	1 934	1 934
Övrigt totalresultat	-	-	866	-	866
Eget kapital 31 december 2014	575	1 628	696	59 090	61 989
Eget kapital 1 januari 2015	575	1 628	696	59 090	61 989
Utdelning	-	-	-	-5 752	-5 752
Tillskjutet kapital teckningsoptioner	-	-	-	-	0
Årets resultat	-	-	-	7 776	7 776
Övrigt totalresultat	-	-	-1 524	-	-1 524
Eget kapital 31 december 2015	575	1 628	-828	61 114	62 489

REDOVISNINGSPRINCIPER OCH NOTER

Redogörelse för viktiga redovisningsprinciper

Koncernredovisningen och årsredovisningen för Odd Molly International AB för det räkenskapsår som slutar den 31 december 2015 har den 23 mars 2016 godkänts av styrelsen och verkställande direktören för publicering den 24 mars och kommer att föreläggas årsstämman 2016 för fastställande. Moderbolaget är ett svenskt aktiebolag (publ) med säte i Stockholm, Sverige.

Grunder för upprättandet av redovisningen

Odd Mollys koncernredovisning baseras på historiska anskaffningsvärden, med undantag för finansiella derivatinstrument. Dessa tillgångar och skulder redovisas till verkligt värde.

Uttalande om överensstämmelse med tillämpade regelverk

Koncernredovisningen är upprättad i enlighet med International Financial Reporting Standards (IFRS) utgivna av International Accounting Standards Board (IASB) samt tolkningsuttalanden från IFRS Interpretations Committee (IFRIC) så som de har godkänts av EG-kommissionen för tillämpning inom EU. Vidare har Rådet för finansiell rapporteringsrekommendation RFR 1 Kompletterande redovisningsregler för koncerner tillämpats.

Tillämpade och ändrade redovisningsprinciper

Tillämpade redovisningsprinciper överensstämmer med de som tillämpades i årsredovisningen 2014. Ändringar av IFRS med tillämpning från och med 2015 har inte haft någon väsentlig effekt på koncernens redovisning.

Nya IFRS och tolkningar som ännu inte börjat tillämpas

Ett antal nya eller ändrade standarder och tolkningsuttalanden träder ikraft först under kommande räkenskapsår eller senare och har inte för tidigt tillämpats vid upprättandet av dessa finansiella rapporter. Nyheter eller ändringar som blir tillämpliga fr.o.m. räkenskapsår efter 2015 planeras inte att för tidigt tillämpas.

IFRS 9 Financial Instruments. Den träder i kraft 1 januari 2018 och är ännu ej godkänd av EU. Standarden anger att finansiella tillgångar ska klassificeras i tre olika värderingskategorier. Standarden innebär för koncernen utökade upplysningar om riskhantering och effekten av säkringsredovisning.

IFRS 14 Regulatory Deferral Accounts. Den träder i kraft 1 januari 2016 och är ännu inte godkänd av EU. Standarden specificerar kraven på redovisning av "rate-regulated activities".

IFRS 15 Revenue from Contracts with Customers. Den träder i kraft 1 januari 2018 och är ännu ej godkänd av EU. Standarden innehåller en samlad modell för intäktsredovisning avseende kundkontrakt och bedöms inte påverka koncernens redovisning.

IFRS 16 Leases. Den träder i kraft 1 januari 2019 och är godkänd av EU. Enligt den nya standarden ska de flesta leaseade tillgångar redovisas i balansräkningen.

IFRS 10 Koncernredovisning och IAS 28 Innehav i intresseföretag och joint ventures. Den träder i kraft 1 januari 2016 och är godkänd av EU. Standarden klargör hur ett moderföretag ska redovisa en transaktion där kontrollen över ett dotterbolag gått förlorad.

IFRS 11 Samarbetsarrangemang. Den träder i kraft 1 januari 2016 och är godkänd av EU. Standarden anger bl.a. att ett tidigare ägarintresse i en gemensam verksamhet inte ska omvärderas om ytterligare intressen förvärfas så länge gemensamt bestämmande inflytande består.

IAS 16 Materiella anläggningstillgångar och IAS 38 Immateriella tillgångar. De träder i kraft 1 januari 2016 och är godkända av EU. Standarden förbjuder intäktsbaserade avskrivningar av materiella anläggningstillgångar.

IAS 27 Separata finansiella rapporter. Den träder i kraft 1 januari 2016 och är godkänd av EU. Standarden ger möjlighet för en juridisk person att redovisa investeringar i dotterföretag m.m. med tillämpning av kapitalandelsmetoden.

Koncernen har inte utvärderat effekterna på de finansiella rapporterna av tillämpningen av ovanstående nya och ändrade standarder och tolkningsuttalanden.

Koncernredovisning

Grunder för konsolidering

Koncernredovisningen omfattar Moderbolaget och dess dotterbolag. De finansiella rapporterna för Moderbolaget och dotterbolagen som tas in i koncernredovisningen avser samma period och är upprättade enligt de redovisningsprinciper som gäller för koncernen.

Alla koncerninterna fordringar och skulder, intäkter och kostnader, vinster eller förluster som uppkommer i transaktioner mellan företag som omfattas av koncernredovisningen elimineras i sin helhet.

Ett dotterbolag tas med i koncernredovisningen från förvärvstidpunkten, vilken är den dag då moderbolaget får det bestämmande inflytandet, och ingår i koncernredovisningen fram till den dag det bestämmande inflytandet upphör. Normalt erhålls det bestämmande inflytandet över ett dotterbolag genom innehav av mer än 50 procent av röstberättigande aktier men kan även erhållas på annat sätt till exempel genom avtal.

Dotterbolag som förvärvats redovisas i koncernredovisningen enligt förvärvsmetoden. Detta gäller även direkt förvärvade rörelser. Förvärvsmetoden innebär bland annat att anskaffningsvärdet för aktierna, eller för den direkt förvärvade rörelsen, fördelas på förvärvade tillgångar, övertagna åtaganden och skulder vid förvärvstidpunkten på basis av dessas verkliga värden vid denna tidpunkt. Om anskaffningsvärdet överstiger verkligt värde på det förvärvade bolagets nettotillgångar utgör skillnaden goodwill. Om anskaffningsvärdet understiger verkligt värde på det förvärvade bolagets nettotillgångar redovisas skillnaden direkt i resultaträkningen.

Omräkning av utländska verksamheter

En utländsk verksamhet är en verksamhet som bedrivs i en ekonomisk miljö som har en annan valuta (den funktionella valutan) än koncernens rapportvaluta, som är SEK. Tillgångar, inklusive goodwill och andra övervärden, och skulder i sådana verksamheter omräknas till rapportvalutan till balansdagens kurs. Den utländska verksamhetens resultaträkning omräknas med ett vägt genomsnitt av årets valutakurser. De valutakursdifferenser som uppstår vid omräkningen redovisas i totalresultatet. Vid avyttring av en utländsk självständig verksamhet redovisas de ackumulerade kursdifferenserna i resultaträkningen tillsammans med vinsten eller förlusten vid avyttringen.

Omräkning av fordringar och skulder i utländsk valuta

Transaktioner i utländsk valuta värderas till den kurs som gäller på transaktionsdagen. På balansdagen omräknas monetära fordringar och skulder som är uttryckta i utländska valutor till den kurs som då gäller. Alla kursdifferenser påförs resultaträkningen med undantag för kursdifferenser på lån i utländsk valuta som tagits för att skydda nettoinvesteringar i utländska verksamheter. Kursdifferenser på sådana lån redovisas i totalresultatet under rubriken omräkningsdifferenser vilka omförs till resultaträkningen i samband med en eventuell framtida avyttring av den utländska verksamheten.

Intäkter

Intäkter redovisas till verkligt värde av erhållen ersättning eller den ersättning som kommer att erhållas för sålda varor och tjänster inom koncernens ordinarie verksamhet. Intäkten redovisas då leverans har skett till kunden enligt gällande försäljningsvillkor. Intäkter redovisas exklusive mervärdesskatt och netto efter returer och rabatter

Rörelsesegment

Bolaget redovisar intäkter och rörelseresultat för två segment; grossistverksamhet och detaljhandelsverksamhet. Segmentet grossistverksamhet omfattar försäljning till Odd Mollys återförsäljare via agent, distributör eller egen säljkår. Butiker och shop-in-shops som drivs av återförsäljare inkluderas i segmentet grossistverksamhet. Segmentet detaljhandelsverksamhet avser försäljning till konsument i egna kanaler; fysiska butiker, outlets, shop-in-shops och webbshop där Odd Molly har egen personal. Rörelseresultatet för respektive segment belastas av för segmentet direkta kostnader och koncerngemensamma kostnader fördelade efter andel av total varukostnad.

Materiella och immateriella anläggningstillgångar med begränsad nyttjandeperiod

Materiella och immateriella anläggningstillgångar redovisas till anskaffningsvärde med avdrag för ackumulerade avskrivningar och eventuella nedskrivningar. Avskrivning sker linjärt över nyttjandeperioden till bedömt restvärde, där nyttjandeperioden uppgår till 3–5 år.

Nedskrivningar

Löpande under året bedöms om det finns indikationer på att tillgångar kan ha minskat i värde. Om en sådan indikation finns beräknas tillgångens återvinningsvärde.

Om det inte går att fastställa väsentligen oberoende kassaflöden till en enskild tillgång, ska vid prövning av nedskrivningsbehov tillgångarna grupperas till den lägsta nivå där det går att identifiera väsentliga oberoende kassaflöden (en kassagenererande enhet). En nedskrivning redovisas när en tillgångs eller kassagenererande enhets redovisade värde överstiger återvinningsvärdet. En nedskrivning belastar resultaträkningen.

Nedskrivning av tillgångar hänförliga till en kassagenererande enhet fördelas i första hand till goodwill. Därefter görs en proportionell nedskrivning av övriga tillgångar som ingår i enheten.

Beräkning av återvinningsvärdet

Återvinningsvärdet är det högsta av tillgångens nettoförsäljningsvärde och nyttjandevärde. Nyttjandevärdet är nuvärdet av framtida kassaflöden diskonterade med räntesats som baserad på riskfri ränta justerad för den risk som är förknippad med den specifika tillgången. För en tillgång som inte genererar kassaflöden beräknas återvinningsvärdet för den kassagenererande enhet till vilken tillgången hör.

Återföring av nedskrivningar

Nedskrivningar återförs om en senare ökning av återvinningsvärdet objektivt kan hänföras till en händelse som inträffat efter det att nedskrivningen gjordes. Nedskrivningar på goodwill återförs inte.

En nedskrivning återförs endast till den utsträckning tillgångens redovisade värde efter återföring inte överstiger det redovisade värde som tillgången skulle ha haft om någon nedskrivning inte hade gjorts.

Varulager

Varulagret värderas till det lägsta av anskaffningsvärdet och nettoförsäljningsvärdet. Nettoförsäljningsvärdet motsvarar det uppskattade försäljningspriset vid normala förhållanden, med avdrag för kostnader som krävs för att genomföra försäljningen. Anskaffningsvärdet beräknas enligt den s.k. först-in-först-ut-metoden som innebär att de tillgångar som finns i lager vid årsskiftet anses vara de senast anskaffade.

Finansiella tillgångar

Finansiella tillgångar klassificeras i olika kategorier, beroende på avsikten med förvärvet av den finansiella tillgången. Klassificeringen bestäms vid ursprunglig anskaffningstidpunkt. En finansiell tillgång tas bort från balansräkningen då de avtalsenliga rättigheterna till kassaflödet upphör.

Lånefordringar och kundfordringar

Lånefordringar och kundfordringar är finansiella tillgångar med fasta betalningar eller betalningar som går att fastställa till belopp. Fordringarna har koppling till koncernens leveranser av varor och tjänster. Värdering görs till upplupet anskaffningsvärde. Fordringarna redovisas till det be-

lopp varmed de förväntas inflyta, efter avdrag för osäkra fordringar, som bedömts individuellt. Lånefordringar och kundfordringar har kort förväntad löptid, och värderas därför till nominellt belopp utan diskontering.

Finansiella skulder

Andra finansiella skulder

I denna kategori redovisas räntebärande och ej räntebärande finansiella skulder som inte innehas för handelsändamål. Värdering görs till upplupet anskaffningsvärde.

Långfristiga skulder har en återstående löptid överstigande ett år, medan skulder med kortare löptid redovisas som kortfristiga. Leverantörsskulder har kort förväntad löptid, och värderas därför till nominellt belopp utan diskontering.

Derivatinstrument

Derivatinstrument utgörs i Odd Mollys fall av valutaterminskontrakt som används som skydd mot risker för valutakursförändringar kopplade till kassaflöden från prognostiserade intäkter och kostnader relaterade till varuflödet.

Odd Molly tillämpar säkringsredovisning. För att uppfylla kraven på säkringsredovisning krävs att det finns en tydlig koppling till den säkrade posten. Vidare krävs att säkringen effektivt skyddar den säkrade posten. Valutaterminer redovisas i balansräkningen till verkligt värde.

För valutaterminer som uppfyller kraven för säkringsredovisning redovisas värdeförändringarna via Övrigt totalresultat i eget kapital som en säkringsreserv till dess att det säkrade flödet träffar rörelseresultatet, varvid säkringsinstrumentets ackumulerade värdeförändringar förs över till resultaträkningen för att där möta resultateffekterna från den säkrade transaktionen.

För valutaterminer som, redovisningsmässigt, inte uppfyller kriterierna för säkringsredovisning redovisas värdeförändringar omedelbart i resultaträkningen.

Avsättningar

Avsättningar redovisas i balansräkningen när koncernen har en förpliktelse (legal eller informell) på grund av en inträffad händelse och då det är sannolikt att ett utflöde av resurser som är förknippade med ekonomiska fördelar kommer att krävas för att uppfylla förpliktelsen och beloppet kan beräknas på ett tillförlitligt sätt. Om koncernen räknar med att erhålla en gottgörelse motsvarande en avsättning som gjorts, till exempel genom ett försäkringsavtal, redovisas gottgörelsen som en tillgång i balansräkningen när det är i det närmaste säkert att gottgörelsen kommer att erhållas. Om effekten av tidsvärdet för den framtida betalningen bedöms som väsentlig fastställs avsättningens värde genom att den bedömda framtida utbetalningen nuvärdesberäknas med en diskonteringsfaktor före skatt som avspeglar marknadens aktuella värdering av tidsvärdet och de eventuella risker som hänförs till förpliktelsen. Den successiva ökning av det avsett beloppet som nuvärdesberäkningen medför redovisas som en räntekostnad i resultaträkningen.

Ersättningar till anställda

Pensioner och övriga utfästelser om förmåner efter avslutad anställning

Bolaget har endast avgiftsbestämda pensionsplaner vilka redovisas i resultaträkningen i den period då den anställde utfört tjänsten åt bolaget. En avgiftsbestämd pensionsplan innebär att en bestämd avgift baserad på en viss procentsats av lönen betalas in till den anställdes pensionskonto hos ett försäkringsbolag. Hur stor pensionen blir för den anställde beror på hur mycket pengar som har betalats in och vilken avkastning pengarna har givit, till skillnad mot en förmånsbestämd pensionsplan där den anställde av arbetsgivaren är garanterad en viss förbestämd pension.

Leasing

Leasingavtal där i allt väsentligt alla risker och fördelar som förknippas med ägandet inte faller på koncernen klassificeras som operationella leasingavtal. Leasingavgifter avseende dessa redovisas som en kostnad i resultaträkningen och fördelas linjärt över avtalets löptid. Odd Molly har klassificerat samtliga nuvarande leasingavtal som operationella.

Inkomstskatt

Inkomstskatt utgörs av aktuell skatt och uppskjuten skatt. Inkomstskatter redovisas i resultaträkningen då den avser resultaträkningens poster och direkt mot eget kapital då den underliggande transaktionen redovisas direkt mot eget kapital.

Aktuell skatt är skatt som ska betalas eller erhållas avseende aktuellt år, med tillämpning av de skattesatser som är beslutade eller i praktiken beslutade per balansdagen. Håri inkluderar även eventuella justeringar av aktuell skatt hänförlig till tidigare perioder.

Uppskjuten skatt redovisas i enlighet med balansräkningsmetoden, innebärande att uppskjuten skatt beräknas för på balansdagens samtliga identifierade temporära skillnader, dvs. mellan å ena sidan tillgångarnas eller skuldernas skattemässiga värden och å andra sidan deras redovisade värden. Uppskjuten skattefordran redovisas i balansräkningen även för ej utnyttjade underskottsavdrag.

Uppskjuten skatteskuld redovisas dock inte i balansräkningen för skattepliktiga temporära skillnader avseende goodwill. Uppskjuten skatt redovisas inte heller då den temporära skillnaden hänförs sig till investeringar i dotterbolag och intresseföretag då koncernen har ett bestämmande inflytande över när återföringen av den temporära skillnaden skall ske och det är sannolikt att den temporära skillnaden inte kommer att återföras under överskådlig framtid.

Uppskjutna skattefordringar redovisas endast i den utsträckning det är sannolikt att framtida skattepliktiga vinster kommer att finnas tillgängliga och mot vilka de temporära skillnaderna eller outnyttjade underskottsavdragen kan komma att utnyttjas. De uppskjutna skattefordringarnas redovisade värden prövas vid varje balansdag och minskas i den utsträckning som det inte längre är sannolikt att tillräckligt stor beskattningsbar vinst kommer att finnas tillgänglig för att utnyttja hela eller delar av de uppskjutna skattefordringarna.

Uppskjutna skattefordringar och skatteskulder beräknas med hjälp av de skattesatser som förväntas gälla för den period då fordringarna avräknas eller skulderna regleras, baserat på den skattesats (och den skattelagstiftning) som föreligger eller i praktiken föreligger på balansdagen. Uppskjutna skattefordringar och skatteskulder nettoredovisas i balansräkningen under förutsättning att skattebetalningen kommer att ske med nettobeloppet.

Kassaflödesanalys

Kassaflödesanalysen visar in och utbetalningar. Indirekt metod har använts för den löpande verksamheten. Som likvida medel klassificeras, förutom kassa- och banktillgodohavanden, kortfristiga likvida placeringar med en ursprunglig löptid understigande tre månader.

Viktiga uppskattningar och bedömningar för redovisningsändamål

Koncernen gör uppskattningar och antaganden om framtiden. De uppskattningar för redovisningsändamål som blir följden av dessa kan avvika från det verkliga utfallet.

Varulagret värderas till det lägsta av anskaffningsvärdet och nettoförsäljningsvärdet. Nettoförsäljningsvärdet motsvarar det uppskattade försäljningspriset vid normala förhållanden, med avdrag för kostnader som krävs för att genomföra försäljningen. Kundfordringar redovisas till det belopp varmed de förväntas inflyta, efter avdrag för osäkra fordringar, som bedömts individuellt.

Moderbolagets redovisningsprinciper

Vid upprättandet av moderbolagets finansiella rapporter har Rådet för finansiell rapportering RFR 2 (Redovisning för juridiska personer) tillämpats. Moderbolaget tillämpar samma redovisningsprinciper som koncernen utom i de fall som anges nedan. I moderbolaget redovisas, på grund av sambandet mellan redovisning och beskattning, bokslutsdispositioner och obeskattade reserver.

Andelar i koncernbolag

Andelar i koncernbolag redovisas i moderbolaget till anskaffningsvärde med avdrag för eventuella ackumulerade nedskrivningar.

NOT 1 FÖRDELNING PER GEOGRAFISK MARKNAD

Fördelning av nettoomsättning sker baserat på den geografiska marknad där kunden finns. Anläggningstillgångar rapporteras där tillgången finns. All försäljning avser varor.

Nettoomsättning	2015	2014
Koncernen		
Sverige	248 021	190 811
Tyskland	23 309	24 878
Schweiz	12 764	11 762
Finland	10 348	8 650
USA	9 223	9 263
Övriga	41 289	48 395
	344 954	294 298

Moderbolaget	2015	2014
Sverige	248 022	190 811
Tyskland	23 309	24 899
Schweiz	12 764	11 771
Finland	10 348	8 659
Danmark	7 091	10 238
Övriga	36 774	39 178
	338 308	285 555

Anläggningstillgångar

Koncernen	2015	2014
Odd Molly International AB	5 738	4 306
Odd Molly Inc	86	13
Övrigt, koncernen	8 184	10 928
	14 008	15 247

NOT 2 ÖVRIGA RÖRELSEINTÄKTER

Koncernen	2015	2014
Övrigt	306	655
	306	655
Moderbolaget		
Utförda managementtjänster dotterföretag	206	271
Övrigt	203	638
	409	909

NOT 3 ARVODE OCH KOSTNADSERSÄTTNING TILL REVISORER

Koncernen	2015	2014
Ernst & Young revisionsuppdrag	407	269
Ernst & Young skatterådgivning	109	47
Ernst & Young övriga tjänster	28	375

Dotterbolag

– Marcum LLP revisionsuppdrag	–	35
– Ernst & Young revisionsuppdrag	163	41
– Ernst & Young skatterådgivning	–	37
	707	804

Moderbolaget	2015	2014
Ernst & Young revisionsuppdrag	407	269
Ernst & Young skatterådgivning	109	47
Ernst & Young övriga tjänster	28	375
	544	691

NOT 4 LEASINGAVGIFTER AVSEENDE OPERATIONELL LEASING

Koncernen hyr ett antal lokaler för kontors- och butiksändamål samt har andra anläggningstillgångar enligt operationella leasingavtal. Framtida minimibetalningar avseende ingångna avtal för förhyrda tillgångar per 31 december:

Koncernen	2015	2014
Inom ett år	9 889	5 521
Mellan ett och fem år	13 509	8 508
Efter fem år	–	–
Årets leasingavgift	23 397	14 029
varav variabla leasingavgifter	13 340	5 338
Moderbolaget	2015	2014
Inom ett år	9 369	5 408
Mellan ett och fem år	12 125	8 330
Efter fem år	–	–
Årets leasingavgift	21 662	13 738
varav variabla leasingavgifter	12 125	5 224

Koncernen har ingen finansiell leasing.

**NOT 5
ANSTÄLLDA OCH PERSONALKOSTNADER**

Medelantalet anställda	2015		2014	
	2015	varav män, %	2014	varav män, %
Moderbolaget	71	11	59	11
Sverige	71	11	59	11
Totalt i moderbolaget	71	11	59	11
Dotterbolag				
Danmark	1	–	3	–
Norge	1	–	1	–
USA	3	–	2	–
Finland	2	–	–	–
Totalt i dotterbolag	7	–	6	–
Koncernen totalt	78	10	65	10

Könsfördelning i företagsledningen

Andel kvinnor, %	2015	2014
Moderbolaget		
Styrelsen	50	33
Övriga ledande befattningshavare	60	60
Koncernen totalt		
Styrelsen	50	33
Övriga ledande befattningshavare	60	60

Löner, andra ersättningar och sociala kostnader

	2015		2014	
	Löner och ersättningar	Sociala kostnader	Löner och ersättningar	Sociala kostnader
Moderbolaget	38 483	16 774	31 714	14 092
(varav pensionskostnad)		¹⁾ (3 286)		¹⁾ (2 910)
Odd Molly Inc.	1 505	320	838	169
(varav pensionskostnad)		(29)		(21)
Odd Molly Denmark ApS	496	19	1 718	28
(varav pensionskostnad)		(5)		(15)
Odd Molly Norge A/S	366	59	483	104
(varav pensionskostnad)		(4)		(36)
Odd Molly Finland OY	354	233	–	–
(varav pensionskostnad)		(36)		(–)
Koncernen totalt	41 205	17 404	34 270	14 289
(varav pensionskostnad)		¹⁾ (2 925)		¹⁾ (2 957)

¹⁾ Av moderbolagets/koncernens pensionskostnader avser 1 551 TSEK (1 593) gruppen styrelse, VD och övriga ledande befattningshavare. Företagets utestående pensionsförpliktelser till dessa uppgår till 0 (f.å. 0).

Löner och andra ersättningar fördelade mellan styrelseledamöter m.fl. och övriga anställda

	2015		2014	
	Styrelse, VD och övriga ledande befattningshavare	Övriga anställda	Styrelse, VD och övriga ledande befattningshavare	Övriga anställda
Moderbolaget				
Sverige	9 218	29 265	8 205	23 509
(varav tantiem o.d.)	(1 522)	(–)	(795)	(–)
Moderbolaget totalt	9 218	29 265	8 205	23 509
(varav tantiem o.d.)	(1 522)	(–)	(795)	(–)

Dotterbolag

Odd Molly Inc	–	1 505	–	2 656
(varav tantiem o.d.)	(–)	(–)	(–)	(–)
Odd Molly Denmark ApS	–	496	–	754
(varav tantiem o.d.)	(–)	(–)	(–)	(–)
Odd Molly Norway AS	–	366	–	–
(varav tantiem o.d.)	(–)	(–)	(–)	(–)
Odd Molly Finland OY	–	354	–	–
(varav tantiem o.d.)	(–)	(–)	(–)	(–)
Odd Molly Sverige AB	–	838	–	–
(varav tantiem o.d.)	(–)	(–)	(–)	(–)
Dotterbolag totalt	–	–	–	3 039
(varav tantiem o.d.)	(–)	(–)	(–)	(–)
Koncernen totalt	9 218	32 826	8 205	26 548
(varav tantiem o.d.)	(1 522)	(–)	(795)	(–)

Avgångsvederlag

Företaget har inte träffat avtal om avgångsvederlag eller liknande förmåner till styrelseledamöter, verkställande direktören eller andra personer i företagets ledning.

Ersättningar till ledande befattningshavare

Ersättning till styrelse

Till styrelsens ordförande och ledamöter har ett arvode för 2015 uppgående till totalt 800 TSEK (650) kostnadsförts, vilket är i enlighet med den ersättning till styrelsen som årsstämman beslutat. Styrelsens ordförande erhåller ett arvode om 175 TSEK. Samtliga övriga fem ledamöter erhåller en årlig ersättning om 125 TSEK vardera.

Ersättning till verkställande direktören och ledande befattningshavare

Grundlönen till verkställande direktören uppgick 2015 till 2 160 TSEK (2 160). Den verkställande direktören har rätt till en månatlig pensionsavsättning motsvarande 30 procent av lönen. Pensionskostnaderna 2015 uppgick till 648 TSEK (648). Villkor för ersättningspaketet för verkställande direktören beslutas av styrelsen. Mellan företaget och verkställande direktören gäller en uppsägningstid om 12 månader vid uppsägning från styrelsen. Mellan företaget och verkställande direktören gäller en uppsägningstid om 12 månader vid uppsägning från bolagets sida och 6 månader vid uppsägning från verkställande direktörens sida.

Med ledande befattningshavare avses de fyra personer som tillsammans med verkställande direktören utgjorde koncernledningen under 2015. Grundlönen till ledande befattningshavare, exklusive VD, för 2015 uppgick till 4 766 TSEK (4 600). Odd Molly betalar pensionspremier enligt avgiftsbestämd pensionsplan vilket motsvarar 16-23 procent av lönesumman. Pensionskostnader 2015 uppgick till 903 TSEK (945). Ledande befattningshavare har 3-6 månaders uppsägningstid.

Ersättningar till VD och övriga ledande befattningshavare har endast utgått i moderbolaget. Rörig ersättning i form av bonus har kostnadsförts för VD Anna Attemark och vVD Jennie Högstedt Björk om totalt 1 522 TSEK (795).

Ledande befattningshavares innehav av teckningsoptioner

Bolaget hade vid räkenskapsårets slut ett utestående program för teckningsoptioner. Optionerna tecknades på marknadsmissiga villkor.

	Antal tecknade optioner	Teckningskurs	Optionspremie	Förfall
Henrik Fredin	50 000	75,00 kr	2,90 kr	17-05-31
Kristin Roos	15 000	75,00 kr	2,90 kr	17-05-31
Kent-Jonas Lundqvist	10 000	75,00 kr	2,90 kr	17-05-31
Summa	75 000			

**NOT 6
AVSKRIVNINGAR AV MATERIELLA OCH IMMATERIELLA ANLÄGGNINGSTILLGÅNGAR**

Koncernen	2015	2014
Affärssystem	–283	–421
Rättigheter	–2 745	–2 745
Inventarier, verktyg och installationer	–1 611	–1 313
	–4 638	–4 479
Moderbolaget		
	2015	2014
Affärssystem	–283	–421
Inventarier, verktyg och installationer	–1 596	–799
	–1 879	–1 220

**NOT 7
ÖVRIGA RÖRELSEKOSTNADER**

Koncernen	2015	2014
Kursförluster på fordringar/skulder av rörelsekaraktär	–1 116	–301
Förlust vid avyttring anläggningstillgång	–115	–
	–1 232	–301
Moderbolaget		
	2015	2014
Kursförluster på fordringar/skulder av rörelsekaraktär	–1 325	–
Förlust vid avyttring anläggningstillgång	–115	–
	–1 440	–

**NOT 8
FINANSIELLA INTÄKTER**

Koncernen	2015	2014
Ränteintäkter	9	38
Ränteintäkter, övriga	11	–
Dröjsmålsränta	396	193
	415	232
Moderbolaget	2015	2014
Ränteintäkter	9	38
Ränteintäkter, övriga	11	–
Dröjsmålsränta	396	193
	415	232

**NOT 9
FINANSIELLA KOSTNADER**

Koncernen	2015	2014
Räntekostnader	–105	–98
	–105	–98
Moderbolaget	2015	2014
Räntekostnader	–94	–87
	–94	–87

**NOT 10
SKATT PÅ ÅRETS RESULTAT**

Koncernen	2015	2014
Aktuell skatt	–2 370	–1 374
Uppskjuten skatt	–584	–180
Skatt på schablonränta på periodiseringsfonder	–	–
	–2 955	–1 554
Moderbolaget	2015	2014
Aktuell skatt	–847	–208
Uppskjuten skatt	–	–
Skatt på schablonränta på periodiseringsfonder	–	–
	–847	–208

Avstämning av effektiv skatt

Koncernen	2015	2014
Resultat före skatt	12 762	5 649
Skatt enligt gällande skattesats för moderbolaget 22%	–2 808	–1 243
Effekt befarade kundförluster	1 050	171
Effekt övriga ej avdragsgilla kostnader	–1 167	–402
Skatt på schablonränta på periodiseringsfonder	–30	–70
Övrigt	–	–10
	–2 955	–1 554

Moderbolaget	2015	2014
Resultat före skatt	8 623	2 142
Skatt enligt gällande skattesats för moderbolaget 22%	–1 897	–471
Effekt befarade kundförluster	1 170	40
Effekt övriga ej avdragsgilla kostnader	–90	293
Skatt på schablonränta på periodiseringsfonder	–30	–70
	–847	–208

Underskottsavdrag

I Odd Molly Inc finns ett underskottsavdrag om cirka 10,5 MSEK med en beräknad skatteeffekt om 4,2 MSEK. Underskottet kan utnyttjas till och med 2029. Uppskjuten skatt på underskottsavdrag har ej redovisats.

**NOT 11
RESULTAT PER AKTIE**

Resultat per aktie före utspädning beräknas genom att det resultat som är hänförligt till moderbolagets aktieägare divideras med ett vägt genomsnitt antal utestående stamaktier.

Resultat per aktie före utspädning	2015	2014
Resultat som är hänförligt till moderbolagets aktieägare (TSEK)	9 807	4 095
Vägt genomsnittligt antal utestående stamaktier	5 752 000	5 752 000
Resultat per aktie före utspädning (SEK per aktie)	1,70	0,71

För beräkning av resultat per aktie efter utspädning justeras det vägda genomsnittliga antalet utestående stamaktier före effekterna av samtliga potentiella stamaktier som ger upphov till utspädning.

Resultat per aktie efter utspädning	2015	2014
Resultat som är hänförligt till moderbolagets aktieägare (TSEK)	9 807	4 095
Vägt genomsnittligt antal utestående stamaktier för beräkning av resultat	5 752 000	5 761 677
Resultat per aktie efter utspädning (kr per aktie)	1,70	0,71

**NOT 12
IMMATERIELLA ANLÄGGNINGSTILLGÅNGAR**

Koncernen	2015-12-31	2014-12-31
<i>Akkumulerade anskaffningsvärden</i>		
Vid årets början	19 685	6 012
Nyanskaffningar	750	13 673
	20 435	19 685
<i>Akkumulerade avskrivningar enligt plan</i>		
Vid årets början	–8 455	–5 289
Årets avskrivning enligt plan på anskaffningsvärden	–3 027	–3 166
	–11 482	–8 455

Redovisat värde vid periodens slut 8 952 11 229

Moderbolaget	2015-12-31	2014-12-31
<i>Akkumulerade anskaffningsvärden</i>		
Vid årets början	6 012	6 012
Nyanskaffningar	750	–
	6 762	6 012
<i>Akkumulerade avskrivningar enligt plan</i>		
Vid årets början	–5 710	–5 289
Årets avskrivning enligt plan på anskaffningsvärden	–283	–421
	–5 993	–5 710

Redovisat värde vid periodens slut 769 301

Nyttjandeperioden uppgår till 5 år 5 år

Som ett led i att stärka förutsättningarna för lönsam tillväxt tog Odd Molly under 2014 över ansvaret för försäljningsarbetet på bolagets största marknad Sverige, vilket hittills skett via agent. Övertagandet innebär att Odd Molly får ökad kontroll över värdekedjan och kommer närmare kund, vilket förväntas påverka bolagets lönsamhet positivt och ge ökad flexibilitet att utveckla verksamheten. Rättigheten att ansvara för försäljningen på den svenska marknaden erhöles genom förvärv av ett nybildat bolag, Odd Molly Sverige AB, i januari 2014. Transaktionen hanteras i koncernredovisningen som ett tillgångs förvärv och utgifter hänförliga till transaktionen, totalt 14,7 MSEK, redovisas som en immateriell anläggningstillgång med en ekonomisk livslängd om 5 år.

**NOT 13
MATERIELLA ANLÄGGNINGSTILLGÅNGAR**

Koncernen	2015-12-31	2014-12-31
<i>Akkumulerade anskaffningsvärden</i>		
Vid årets början	9 812	11 501
Nyanskaffningar	2 661	1 700
Avyttringar och utrangeringar	–	–3 462
Årets valutakursdifferenser	2	73
	12 476	9 812

<i>Akkumulerade avskrivningar enligt plan</i>		
Vid årets början	–6 844	–8 486
Avyttringar och utrangeringar	–320	3 009
Årets avskrivning enligt plan på anskaffningsvärden	–1 407	–1 313
Årets valutakursdifferenser	–3	–54
	–8 574	–6 844

Redovisat värde vid periodens slut 3 902 2 967

Moderbolaget	2015-12-31	2014-12-31
<i>Ackumulerade anskaffningsvärden</i>		
Vid årets början	9 753	8 065
Nyanskaffningar	2 574	1 688
Avyttringar och utrangeringar	-320	-
	12 006	9 753
<i>Ackumulerade avskrivningar enligt plan</i>		
Vid årets början	-6 798	-5 999
Årets avskrivning enligt plan på anskaffningsvärden	-1 392	-799
	-8 190	-6 798

Redovisat värde vid periodens slut	3 816	2 955
Nyttjandeperioden uppgår till	3-5 år	3-5 år

NOT 14 FINANSIELLA ANLÄGGNINGSTILLGÅNGAR

Koncernen	2015-12-31	2014-12-31
<i>Ackumulerade anskaffningsvärden</i>		
Vid årets början	1 050	652
Nyanskaffningar	103	398
	1 153	1 050
Redovisat värde vid periodens slut	1 153	1 050
Nyttjandeperioden uppgår till	3-5 år	3-5 år

Moderbolaget	2015-12-31	2014-12-31
<i>Ackumulerade anskaffningsvärden</i>		
Vid årets början	1 050	652
Nyanskaffningar	103	398
	1 153	1 050
Redovisat värde vid periodens slut	1 153	1 050

Finansiella anläggningstillgångar ovan avser hyresdepositioner för befintliga butiker.

NOT 15 ANDELAR I KONCERNBOLAG

	2015-12-31	2014-12-31
Ingående ackumulerade anskaffningsvärden	31 213	17 490
Anskaffningar	24	13 723
Utgående ackumulerade anskaffningsvärden	31 237	31 213
Ingående ackumulerade nedskrivningar	-17 115	-17 115
Utgående ackumulerade nedskrivningar	-17 115	-17 115
Redovisat värde vid periodens slut	14 122	14 098

Odd Molly International AB (moderbolaget) lämnade per den 31 december 2010 ett aktieägartillskott till Odd Molly Inc. genom att omvandla sin fordran om 17 115 TSEK. Aktieägartillskottet ökar det redovisningsmässiga värdet på aktierna i dotterbolaget med samma belopp och ingår i det ackumulerade anskaffningsvärdet. I samband med detta beslutade styrelsen att göra en nedskrivning av redovisat värde.

Specifikation av moderföretagets och koncernens innehav av andelar i koncernföretag

Dotterbolag / Org nr / Säte	Antal andelar	Andel i %*	Redovisat värde
Odd Molly Inc., 06-1802963, Los Angeles, USA	1 000	100,0	170
Odd Molly Sverige AB, 556953-9066, Stockholm, Sverige	50 000	100,0	13 723
Odd Molly Denmark ApS, 32762050, Köpenhamn, Danmark	1 250	100,0	173
Odd Molly Finland Oy, Helsingfors, Finland	100	100,0	24
Odd Molly Norway AS, 912533611, Oslo, Norge	300	100,0	33
			14 122

* Ågarandelen av kapitalet avses, vilket även överensstämmer med andelen av rösterna för totalt antal aktier.

NOT 16 FORDRINGAR HOS KONCERNBOLAG

Moderbolaget	2015-12-31	2014-12-31
Ackumulerade anskaffningsvärden		
Vid årets början	3 668	3 440
Tillkommande fordringar	1 471	-
Årets valutakursdifferenser	-155	228
Redovisat värde vid periodens slut	4 985	3 668

NOT 17 VARULAGER

Lagervärdet i koncernen är per 31 december 2015 redovisat efter avdrag för inkurans om 10 400 TSEK (10 625). Kostnaden för nedskrivningar under 2015 uppgick till 8 364 TSEK (7 054).

NOT 18 KUNDFORDRINGAR

Koncernen	2015-12-31	2014-12-31
Åldersanalys av kundfordringar		
Ej förfallna	25 915	18 169
< 30 dagar	8 304	6 366
31-60 dagar	2 189	455
61-90 dagar	1 325	582
> 90 dagar	6 757	14 887
Avsättning för befarade förluster	-2 991	-8 456
	41 498	32 002

Moderbolaget	2015-12-31	2014-12-31
Ej förfallna	27 689	17 876
< 30 dagar	8 218	6 128
31-60 dagar	2 182	137
61-90 dagar	1 304	579
> 90 dagar	6 781	14 788
Avsättning för befarade förluster	-2 989	-8 306
	43 183	31 201

Avsättningar för befarade kundförluster uppgår i koncernen till 7 procent (21) av totala kundfordringar. I moderbolaget är motsvarande avsättning 7 procent (21). Samtliga avsättningar avser kundfordringar äldre än 90 dagar. Förfallna ej reserverade kundfordringar avser fordringar för ett antal kunder vilka tidigare ej haft några betalningsvårigheter. För koncernen såväl som moderbolaget uppgick konstaterade kundförluster till 1,6 procent (0,9) av periodens omsättning.

Avsättning för befarade kundförluster

Koncernen	2015	2014
Avsättning vid årets början	-8 456	-8 486
Årets reserveringar, netto	-197	-2 497
Konstaterade förluster	5 662	2 527
Valutakursdifferens	-	-
	-2 991	-8 456

Moderbolaget	2015	2014
Avsättning vid årets början	-8 306	-8 486
Årets reserveringar, netto	-238	-2 297
Konstaterade förluster	5 555	2 476
	-2 989	-8 306

NOT 19 DERIVATINSTRUMENT

Koncernen	2015-12-31		2014-12-31	
	Tillgångar	Skulder	Tillgångar	Skulder
Valutatermins kontrakt				
- kassafödersäkring	327	1 389	1 847	1 065
Verkliga värden	327	1 389	1 847	1 065

Moderbolaget	2015-12-31		2014-12-31	
	Tillgångar	Skulder	Tillgångar	Skulder
Valutatermins kontrakt				
- kassafödersäkring	327	1 389	892	110
Verkliga värden	327	1 389	892	110

Det nominella beloppet för utestående valutatermins kontrakt uppgick per 31 december 2015 till 81 078 TSEK (91 336). Samtliga kontrakt har en återstående löptid som understiger 12 månader. Värdering av kategorin kassafödersäkring redovisade till verkligt värde sker baserat på observerbara data, det vill säga enligt nivå 2 i värderingshierarkin enligt IFRS 13.

**NOT 20
FÖRUTBETALDA KOSTNADER OCH UPPLUPNA INTÄKTER**

Koncernen	2015-12-31	2014-12-31
Hyseskostnader	3 194	2 234
Mässkostnader	–	600
Övriga poster	1 917	1 665
	5 111	4 499

Moderbolaget	2015-12-31	2014-12-31
Hyseskostnader	2 928	2 234
Mässkostnader	–	600
Övriga poster	1 674	1 547
	4 602	4 381

**NOT 21
OBESKATTADE RESERVER**

Moderbolaget	2015-12-31	2014-12-31
Avsatt vid taxering 2011	14 300	14 300
Avsatt vid taxering 2012	6 600	6 600
Avsatt vid taxering 2013	200	200
Avsatt vid taxering 2015	200	200
Avsatt vid taxering 2016	1 200	–
	22 500	21 300

Av beskattade reserver utgör 5 456 (4 686) uppskjuten skatt. Uppskjuten skatt redovisas till skattesats 22,0 procent (22,0). Den uppskjutna skatten redovisas ej i moderbolagets balansräkning men däremot i koncernens.

**NOT 22
AVSÄTTNING FÖR UPPSKJUTEN SKATT**

Uppskjuten skatt på beskattade reserver redovisas till skattesats 22,0 procent (22).

Koncernen	2015-12-31	2014-12-31
<i>Uppskjuten skattefordran</i>		
Derivatinstrument	234	–
Internvinst i lager	185	–
	419	–
<i>Uppskjuten skatteskuld</i>		
Derivatinstrument	–	196
Obeskattade reserver	5 456	4 686
	5 456	4 882

Moderbolaget	2015-12-31	2014-12-31
<i>Uppskjuten skattefordran</i>		
Derivatinstrument	234	–
	234	–
<i>Uppskjuten skatteskuld</i>		
Derivatinstrument	–	196
	–	196

**NOT 23
UPPLUPNA KOSTNADER OCH FÖRUTBETALDA INTÄKTER**

Koncernen	2015-12-31	2014-12-31
Försäljningsprovisioner	1 604	2 358
Semesterlöneskuld	2 739	2 301
Upplupna löner	3 136	1 516
Sociala avgifter semesterlöneskuld	824	678
Särskild löneskatt	1 596	1 462
Övriga poster	6 945	5 620
	16 844	13 935

Moderbolag	2015-12-31	2014-12-31
Försäljningsprovisioner	1 604	2 358
Semesterlöneskuld	2 645	2 247
Upplupna löner	3 136	1 516
Sociala avgifter semesterlöneskuld	812	678
Särskild löneskatt	1 596	1 462
Övriga poster	2 495	5 299
	12 288	13 560

**NOT 24
STÄLLDA SÄKERHETER**

Koncern och moderbolaget	2015-12-31	2014-12-31
Företagsinteckningar	30 000	24 000
Hysesgaranti	1 153	1 050
Ansvarsförbindelser	915	615
	32 068	25 665

Företagsinteckningarna är ställda som säkerhet gentemot bank för att fungera som säkerhet för importremburser.

**NOT 25
FINANSIELLA TILLGÅNGAR OCH SKULDER FÖRDELADE PER KATEGORI**

2014	Kundfordringar och lånefordringar	Kassaflödes-säkringar	Finansiella skulder	Summa redovisat värde	Verkligt värde
Kundfordringar och lånefordringar	32 002	–	–	32 002	32 002
Derivatinstrument	–	1 847	–	1 847	1 847
Övriga omsättningstillgångar	1 210	–	–	1 210	1 210
Kassa och bank	39 015	–	–	39 015	39 015
Summa finansiella tillgångar	72 227	1 847	0	74 074	74 074

Leverantörsskulder	–	–	23 168	23 168	23 168
Derivatinstrument	–	1 065	–	1 065	1 065
Övriga skulder	–	–	3 853	3 853	3 853
Summa finansiella skulder	0	1 065	27 021	28 086	28 086

2015	Kundfordringar och lånefordringar	Kassaflödes-säkringar	Finansiella skulder	Summa redovisat värde	Verkligt värde
Kundfordringar och lånefordringar	41 498	–	–	41 498	41 498
Derivatinstrument	–	327	–	327	327
Övriga omsättningstillgångar	934	–	–	934	934
Kassa och bank	20 599	–	–	20 599	20 599
Summa finansiella tillgångar	63 031	327	0	63 359	63 359

Leverantörsskulder	–	–	20 421	20 421	20 421
Derivatinstrument	–	1 389	–	1 389	1 389
Övriga skulder	–	–	5 955	5 955	5 955
Summa finansiella skulder	0	1 389	26 376	27 765	27 765

För finansiella instrument som redovisas till upplupet anskaffningsvärde och som löper med rörlig ränta eller där löptiden är kort så överensstämmer bokfört värde med verkligt värde.

Verkligt värde på derivat redovisas separat i balansräkningen och fastställs utifrån marknadsvärden på balansdagen. Samtliga övriga finansiella tillgångar har klassificerats som låne- och kundfordringar, vilket inkluderar kundfordringar, upplupna intäkter och likvida medel. Samtliga övriga finansiella skulder har klassificerats som övriga finansiella skulder värderat till upplupet anskaffningsvärde, vilket inkluderar, leverantörsskulder och upplupna leverantörskostnader. Verkliga värden för finansiella tillgångar och skulder bedöms överensstämma med bokförda värden.

Värdering av kategorin kassaflödessäkring redovisade till verkligt värde sker baserat på observerbara data, det vill säga enligt nivå 2 i värderingshierarkin enligt IFRS 13.

NOT 26**FINANSIELLA INSTRUMENT****Valutaterminskontrakt – kassaflödessäkring**

	Inom 3 månader	Mellan 4 till 6 månader	Mellan 7 till 9 månader	Mellan 10 till 12 månader
Utflöde	–	–	–	–
Inflöde	22 637	14 622	43 818	–

NOT 27**FINANSIELL RISKHANTERING****Valutakursförändringar**

Odd Molly exponeras för valutarisk vid inköp från leverantörer samt vid försäljning till utlandet. Cirka 60 procent av inköpen sker i EUR och 40 procent sker i USD. Odd Molly erhåller intäkter i ett flertal olika valutor som en följd av försäljning till utländska återförsäljare.

Eftersom bolagets redovisningsvaluta är svenska kronor och inköpen och en väsentlig andel av försäljningen sker i andra valutor är bolagets exponering mot valutasvängningar avseende svenska kronor stor, vilken i framtiden kan komma att få negativ effekt på bolagets verksamhet, resultat och finansiella ställning. Även om bolaget hanterar denna valuta-exponering genom säkringstransaktioner finns det inga garantier för att bolagets säkringsstrategier är tillräckliga för att skydda rörelseresultatet från effekterna av framtida valutasvängningar. Bolagets målsättning är att säkra utflödet av EUR och USD.

Baserat på 2015 års resultat och med den valutaexponering som rådde då skulle exempelvis en förändring av kursen EUR/SEK med +/- 10 procent påverkat koncernens resultat med +/- 3,5 MSEK. En förändring av kursen USD/SEK med +/- 10 procent skulle ha påverkat koncernens resultat med +/- 5,4 MSEK. Ovanstående räkneexempel utgår från koncernens varuförsäljning och varuinköp under 2015 och tar inte hänsyn till eventuella korrelerande faktorer eller att dessa även kan påverka andra poster i resultaträkningen.

Refinansierings-, ränte- och kreditrisk

Odd Molly har i dagsläget ingen extern upplåning och påverkas därmed inte av risker i refinansiering eller ändrade upplåningsvillkor. Bolagets likvida medel placeras med låg risk på inlåningskonto eller räntefond. Skillnader i ränteläge kan få effekt på koncernens ränteintäkter.

Odd Mollys kunder erhåller kredit efter godkänd kreditprövning. Det kan dock inte uteslutas att Odd Molly kan åsamkas förluster om en kund inte förmår att erlägga betalning. Kunders betalningssvårigheter kan medföra ett ökat lager, då Odd Molly inte levererar till kunder med obetalda förfallna fakturor.

Råvarupriser och ledtider

Priser på råvaror såsom bomull, siden, ull mm kan öka på grund av ökad efterfrågan samt minskad tillgång, vilket kan leda till ökade inköpskostnader. Ökad efterfrågan kan även innebära längre ledtider från leverantörerna, vilket kan medföra ökade transportkostnader på grund av större andel flygfrakter samt att tyger eller garner måste förbokas innan Odd Molly erhållit ordrar från återförsäljarna.

Lagerrisk

Till den del Odd Molly är tvunget att hålla ett varulager exponeras bolaget för en risk i den mån varulagret inte blir sålt eller behöver säljas till reducerat pris.

NOT 28**SEGMENTSREDOVISNING**

Bolaget redovisar intäkter och rörelseresultat för två segment; grossistverksamhet och detaljhandelsverksamhet. Segmentet grossistverksamhet omfattar försäljning till Odd Mollys återförsäljare via agent, distributör eller egen säljkår. Butiker och shop-in-shops som drivs av återförsäljare inkluderas i segmentet grossistverksamhet. Segmentet detaljhandelsverksamhet avser försäljning till konsument i egna kanaler; fysiska butiker, outlets, shop-in-shops och webbshop där Odd Molly har egen personal. Rörelseresultatet för respektive segment belastas av för segmentet direkta kostnader och koncerngemensamma kostnader fördelade efter andel av total varukostnad för 2015. För att erhålla bättre jämförbarhet har föregående års siffror justerats med samma procentuella andel av de gemensamma kostnaderna som använts för 2015.

Intäkter och rörelseresultat per segment

	2015-12-31	2014-12-31
Grossistverksamhet		
Intäkter	210 864	205 611
Rörelseresultat	-6 636	-2 021
Detaljhandelsverksamhet		
Intäkter	134 395	89 342
Rörelseresultat	19 087	7 537
Total		
Intäkter	345 259	294 953
Rörelseresultat	12 451	5 516

NOT 29**TRANSAKTIONER MED NÄRSTÅENDE**

Moderbolagets försäljning av produkter och tjänster till dotterbolaget Odd Molly Inc uppgår 2015 till 520 TSEK (322). Kortfristiga fordringar uppgår till 0 TSEK. Moderbolagets försäljning av produkter och tjänster till dotterbolaget Odd Molly Denmark ApS uppgår 2015 till -43 TSEK (390). Kortfristiga skulder uppgår till 241 TSEK. Moderbolagets försäljning av produkter och tjänster till dotterbolaget Odd Molly Finland OY uppgår 2015 till 2 503 TSEK (0). Kortfristiga fordringar uppgår till 3 666 TSEK. Moderbolagets försäljning av produkter och tjänster till dotterbolaget Odd Molly Norge AS uppgår 2015 till 0 TSEK (0). Kortfristiga fordringar uppgår till 529 TSEK. Inga övriga transaktioner med närstående har skett under 2014 och 2015 förutom de som anges ovan.

Undertecknade försäkrar att koncern- och årsredovisningen har upprättats i enlighet med internationella redovisningsstandarder IFRS, sådana de antagits av EU, respektive god redovisningssed och ger en rättvisande bild av koncernens och företagets ställning och resultat, samt att förvaltningsberättelsen ger en rättvisande översikt över utvecklingen av koncernens och företagets verksamhet, ställning och resultat samt beskriver väsentliga risker och osäkerhetsfaktorer som de företag som ingår i koncernen står inför.

Stockholm den 23 mars 2016

Patrik Tillman
Ordförande

Mia Arnhult
Styrelseledamot

Lennart Björk
Styrelseledamot

Kia Orback Pettersson
Styrelseledamot

Elin Ryer
Styrelseledamot

Nils Vinberg
Styrelseledamot

Anna Attemark
Verkställande direktör

Vår revisionsberättelse har avgivits den 23 mars 2016

Ernst & Young AB

Jonas Svensson
Auktoriserad revisor

REVISIONSBERÄTTELSE

Till årsstämman i Odd Molly International AB, org. nr. 556627-6241

Rapport om årsredovisningen och koncernredovisningen

Vi har utfört en revision av årsredovisningen och koncernredovisningen för Odd Molly International AB för räkenskapsåret 2015. Bolagets årsredovisning och koncernredovisning ingår i den tryckta versionen av detta dokument på sidorna 25–50.

Styrelsens och verkställande direktörens ansvar för årsredovisningen och koncernredovisningen

Det är styrelsen och verkställande direktören som har ansvaret för att upprätta en årsredovisning som ger en rättvisande bild enligt årsredovisningslagen och en koncernredovisning som ger en rättvisande bild enligt International Financial Reporting Standards, såsom de antagits av EU, och årsredovisningslagen, och för den interna kontroll som styrelsen och verkställande direktören bedömer är nödvändig för att upprätta en årsredovisning och koncernredovisning som inte innehåller väsentliga felaktigheter, vare sig dessa beror på oegentligheter eller på fel.

Revisorns ansvar

Vårt ansvar är att uttala oss om årsredovisningen och koncernredovisningen på grundval av vår revision. Vi har utfört revisionen enligt International Standards on Auditing och god revisionssed i Sverige. Dessa standarder kräver att vi följer yrkesetiska krav samt planerar och utför revisionen för att uppnå rimlig säkerhet att årsredovisningen och koncernredovisningen inte innehåller väsentliga felaktigheter.

En revision innefattar att genom olika åtgärder inhämta revisionsbevis om belopp och annan information i årsredovisningen och koncernredovisningen. Revisorn väljer vilka åtgärder som ska utföras, bland annat genom att bedöma riskerna för väsentliga felaktigheter i årsredovisningen och koncernredovisningen, vare sig dessa beror på oegentligheter eller på fel. Vid denna riskbedömning beaktar revisorn de delar av den interna kontrollen som är relevanta för hur bolaget upprättar årsredovisningen och koncernredovisningen för att ge en rättvisande bild i syfte att utforma granskningsåtgärder som är ändamålsenliga med hänsyn till omständigheterna, men inte i syfte att göra ett uttalande om effektiviteten i bolagets interna kontroll. En revision innefattar också en utvärdering av ändamålsenligheten i de redovisningsprinciper som har använts och av rimligheten i styrelsens och verkställande direktörens uppskattningar i redovisningen, liksom en utvärdering av den övergripande presentationen i årsredovisningen och koncernredovisningen.

Vi anser att de revisionsbevis vi har inhämtat är tillräckliga och ändamålsenliga som grund för våra uttalanden.

Uttalanden

Enligt vår uppfattning har årsredovisningen upprättats i enlighet med årsredovisningslagen och ger en i alla väsentliga avseenden rättvisande bild av moderbolagets finansiella ställning per den 31 december 2015 och av dess finansiella resultat och kassaflöden för året enligt årsredovisningslagen. Koncernredovisningen har upprättats i enlighet med årsredovisningslagen och ger en i alla väsentliga avseenden rättvisande bild av

koncernens finansiella ställning per den 31 december 2015 och av dess finansiella resultat och kassaflöden för året enligt International Financial Reporting Standards, såsom de antagits av EU, och årsredovisningslagen. En bolagsstyrningsrapport har upprättats. Förvaltningsberättelsen och bolagsstyrningsrapporten är förenliga med årsredovisningens och koncernredovisningens övriga delar.

Vi tillstyrker därför att årsstämman fastställer resultaträkningen och balansräkningen för moderbolaget och koncernen.

Rapport om andra krav enligt lagar och andra författningar

Utöver vår revision av årsredovisningen och koncernredovisningen har vi även utfört en revision av förslaget till dispositioner beträffande bolagets vinst eller förlust samt styrelsens och verkställande direktörens förvaltning för Odd Molly International AB för räkenskapsåret 2015.

Styrelsens och verkställande direktörens ansvar

Det är styrelsen som har ansvaret för förslaget till dispositioner beträffande bolagets vinst eller förlust, och det är styrelsen och verkställande direktören som har ansvaret för förvaltningen enligt aktiebolagslagen.

Revisorns ansvar

Vårt ansvar är att med rimlig säkerhet uttala oss om förslaget till dispositioner beträffande bolagets vinst eller förlust och om förvaltningen på grundval av vår revision. Vi har utfört revisionen enligt god revisionssed i Sverige. Som underlag för vårt uttalande om styrelsens förslag till dispositioner beträffande bolagets vinst eller förlust har vi granskat styrelsens motiverade yttrande samt ett urval av underlagen för detta för att kunna bedöma om förslaget är förenligt med aktiebolagslagen.

Som underlag för vårt uttalande om ansvarsfrihet har vi utöver vår revision av årsredovisningen och koncernredovisningen granskat väsentliga beslut, åtgärder och förhållanden i bolaget för att kunna bedöma om någon styrelseledamot eller verkställande direktören är ersättningskyldig mot bolaget. Vi har även granskat om någon styrelseledamot eller verkställande direktören på annat sätt har handlat i strid med aktiebolagslagen, årsredovisningslagen eller bolagsordningen.

Vi anser att de revisionsbevis vi har inhämtat är tillräckliga och ändamålsenliga som grund för våra uttalanden.

Uttalanden

Vi tillstyrker att årsstämman disponerar vinsten enligt förslaget i förvaltningsberättelsen och beviljar styrelsens ledamöter och verkställande direktören ansvarsfrihet för räkenskapsåret.

Stockholm den 23 mars 2016
Ernst & Young AB

Jonas Svensson
Auktoriserad revisor

BOLAGSSTYRNING

Odd Molly International AB är ett svenskt publikt aktiebolag och bolagsstyrningen grundas därför på svenska regler och svensk lagstiftning, huvudsakligen aktiebolagslagen, Nasdaq Stockholms regelverk för emittenter, Svensk kod för bolagsstyrning, bolagsordningen och andra relevanta regelverk. Odd Molly är sedan den 21 juni 2010 noterat på Nasdaq Stockholm och bolaget har sedan dess tillämpat den svenska koden för bolagsstyrning fullt ut. Vid eventuella avvikelser följs principen följ eller förklara. Styrelsen är ansvarig för att löpande övervaka att koden efterlevs av såväl styrelsen som ledningen och bolaget i övrigt.

Bolagsstämma

Aktieägarnas beslutanderätt i bolaget utövas på bolagsstämman, som är bolagets högsta beslutande organ. Aktieägare som är registrerade i aktieboken och som anmält sig för deltagande har rätt att delta i stämman och rösta för sina aktier. De som inte har möjlighet att närvara personligen kan företrädas av ombud.

Årsstämma är benämningen på den årliga ordinarie bolagsstämman. Några av stämmans obligatoriska uppgifter är att fastställa koncernens balans- och resultaträkning, besluta om vinstdisposition, ersättningsprinciper för ledande befattningshavare och om ansvarsfrihet för styrelsen och VD. Årsstämman väljer – efter förslag från valberedningen – styrelseledamöter fram till slutet av nästkommande årsstämma.

Bolagsordningsändringar

Odd Mollys bolagsordning innehåller ingen bestämmelse avseende ändring av bolagsordning. Sådana ändringar beslutas i enlighet med svensk lag, det vill säga av bolagsstämman.

Årsstämma 2016

Odd Mollys årsstämma för räkenskapsåret 2015 kommer att hållas den 19 april 2016 kl. 14.00 i bolagets showroom på Karlavägen 73 i Stockholm. Information om tid och plats, hur anmälan om deltagande kan ske samt hur aktieägare kan få ett ärende behandlat på stämman finns tillgänglig på bolagets hemsida www.oddmolly.com och på sidan 66 i denna årsredovisning.

Valberedning

Vid årsstämman 2009 beslutades att bolaget ska ha en valberedning. Valberedningen inför årsstämman den 19 april 2016 består av Tom Wikström, ordförande, Christer Andersson och Rutger Arnhult. Inför årsstämman har valberedningen haft två protokollförda möten. Ingen ersättning har utgått för medverkan i valberedningen. Tom Wikström anses oberoende till bolaget, bolagsledningen och dess större ägare. Christer Andersson och Rutger Arnhult anses oberoende till bolaget och bolagsledningen, men inte till dess större ägare.

Styrelsen

Odd Mollys styrelse består av sex ordinarie stämмоvalda ledamöter och inga suppleanter. Styrelsen består av Patrik Tillman, styrelseordförande, Mia Arnhult, Lennart Björk, Kia Orback Pettersson, Elin Ryer och Nils Vinberg. Ingen av ledamöterna är anställd eller har anställningsliknande förhållande till koncernen eller något dotterbolag.

Mia Arnhult och Patrik Tillman anses som oberoende till bolaget och bolagsledningen, men inte till dess större ägare. Lennart Björk, Kia Orback Pettersson, Elin Ryer och Nils Vinberg anses oberoende till bolaget, bolagsledningen och dess större ägare. För närmare presentation av Odd Mollys styrelse se sidorna 60–61.

Inför årsstämman 2016 föreslår valberedningen omval av styrelseledamöterna Mia Arnhult, Lennart Björk, Kia Orback Pettersson, Elin Ryer och Nils Vinberg samt Patrik Tillman som styrelsens ordförande.

Styrelsens ersättning

Till styrelsens ordförande och ledamöter har ett arvode för 2015 uppgående till totalt 800 TSEK (650) utgått, vilket är i enlighet med den ersättning till styrelsen som årsstämman beslutat. Styrelsens ordförande erhåller ett arvode om 175 TSEK per år och övriga fem ledamöter vardera 125 TSEK per år.

Styrelsens arbete

Styrelsens uppdrag är att för ägarnas räkning förvalta bolagets angelägenheter. Styrelsens arbete styrs av aktiebolagslagen, bolagsordningen samt gällande arbetsordning inklusive den instruktion som utfärdats avseende arbetsfördelning mellan styrelse och VD.

Under 2015 har styrelsen haft nio protokollförda sammanträden. Under sammanträdena behandlade styrelsen resultatställning, balansomslutning, delårsrapporter och årsredovisning samt marknadsbedömningar, riskanalys, affärsverksamhetens inriktning, organisationsfrågor, strategi, affärsplan samt varumärkesutveckling.

Tillsättande och entledigande av styrelseledamöter

Enligt Odd Mollys bolagsordning ska styrelsen bestå av tre till tio ledamöter, som årligen väljs på årsstämman för tiden intill dess nästa årsstämma har hållits. Odd Mollys bolagsordning innehåller ingen bestämmelse avseende entledigande av styrelseledamöter. Styrelsen består för närvarande av sex ledamöter. Ingen av styrelseledamöterna är anställd i koncernen.

Deltagande antal möten

	2015	2014	2013	2012
Christer Andersson	2	10	8	12
Mia Arnhult	9	10	10	11
Lennart Björk	8	9	8	5
Kia Orback Pettersson	8	9	5	–
Elin Ryer	6	–	–	–
Patrik Tillman	9	10	10	10
Nils Vinberg	8	10	9	12
Totalt antal möten	9	10	10	12

Revisionsutskott

Styrelsen har inom sig utsett ett revisionsutskott med huvudsaklig uppgift att svara för att bereda styrelsens arbete med att kvalitetssäkra den finansiella rapporteringen. Revisionsutskottet består av styrelseledamöterna Mia Arnhult, utskottets ordförande, Kia Orback Pettersson och Nils Vinberg. Revisionsutskottet har under året haft 2 protokollförda möten, vid vilka bolagets CFO och revisor också har deltagit.

Ersättningsutskott

Styrelsen har inom sig utsett ett ersättningsutskott med uppgift att, inom ramen för de riktlinjer för ersättning till ledande befattningshavare som fastställs på årsstämman, bereda frågor om ersättning till VD och övriga ledande befattningshavare. Ersättningsutskottet består av styrelseledamöterna Patrik Tillman, ordförande, Mia Arnhult och Elin Ryer. Ersättningsutskottet har under året haft två protokollförda möten.

Revisorer

Revisorerna utses av aktieägarna på årsstämman. Revisorerna granskar bolagets årsredovisning, koncernredovisning och räkenskaper samt styrelsens och VDs löpande förvaltning. Ernst&Young valdes till revisionsbolag vid årsstämman 2007 och omvaldes vid årsstämman 2015 för ytterligare ett år. Huvudansvarig revisor är Jonas Svensson. Den externa revisionen utförs enligt god svensk redovisningssed. Revisorerna har lämnat såväl muntliga som skriftliga rapporter till revisionsutskottet och styrelsen gällande såväl revisionsuppdraget som granskningen av den interna kontrollen.

Ersättning till revisorer

För 2015 uppgick ersättningen till revisorerna avseende moderbolaget till 544 TSEK, varav 407 TSEK avsåg revisionsarbete. Motsvarande belopp för koncernen är 707 TSEK respektive 407 TSEK.

Verkställande direktör och koncernledning

VD leder koncernen och dess verksamhet inom de ramar styrelsen beslutat. VD ansvarar för att hålla styrelsen informerad om bolagets utveckling och rapportera om väsentliga avvikelser från fastställda affärsplaner och om händelser som har stor inverkan på bolagets verksamhet, samt ta fram relevant beslutsunderlag till styrelsen exempelvis gällande etableringar, investeringar och övriga strategiskt viktiga frågeställningar. Koncernledningen, som leds av VD, består av chefer för väsentliga verksamhetsområden inom Odd Molly. Koncernledningen har månadsvisa möten där operativa frågeställningar behandlas. Dessutom utarbetar

koncernledningen årligen en affärsplan som fastställs av styrelsen. Daglig kontakt mellan medlemmarna i koncernledningen är en förutsättning för en fungerande styrning och ledning.

Koncernledningen bestod den 31 december 2015 av Anna Attemark (VD), Jennie Högstedt Björk, Kent-Jonas Lundqvist och Kristin Roos. Under året har bolagets CFO avslutat sin anställning, för tiden för årsredovisningens utgivning tillträds tjänsten av tf CFO. För närmare presentation av koncernledningen se sidorna 62–63.

Styrelsens ordförande har årligen utvärderingssamtal med VD i enlighet med VD-instruktionen.

Ersättning till VD och ledande befattningshavare

Grundlönen till verkställande direktören uppgick 2015 till 2 160 TSEK (2 160). Den verkställande direktören har rätt till en månatlig pensionsavsättning motsvarande 30 procent av lönen. Pensionskostnaderna 2015 uppgick till 648 TSEK (648). Villkor för ersättningspaket för verkställande direktören beslutas av styrelsen. Mellan företaget och verkställande direktören gäller en uppsägningstid om 12 månader vid uppsägning från styrelsen. Mellan företaget och verkställande direktören gäller en uppsägningstid om 12 månader vid uppsägning från bolagets sida och 6 månader vid uppsägning från verkställande direktörens sida.

Med ledande befattningshavare avses de tre personer som tillsammans med verkställande direktören utgjorde koncernledningen under 2015. Under året har antalet ledande befattningshavare förändrats, i den angivna lönesumman innefattas även dåvarande CFO vars anställning vid årets slut har avslutats. Grundlönen till ledande befattningshavare, exklusive VD, för 2015 uppgick till 4 766 TSEK (4 600). Odd Molly betalar pensionspremier enligt avgiftsbestämd pensionsplan vilket motsvarar 16–23 procent av lönesumman. Pensionskostnader 2015 uppgick till 903 TSEK (945). Ledande befattningshavare har 3–6 månaders uppsägningstid.

Ersättningar till VD och övriga ledande befattningshavare har endast utgått i moderbolaget. Rörlig ersättning i form av bonus har kostnadsförts för VD Anna Attemark och vVD Jennie Högstedt Björk om totalt 1 522 TSEK.

Incitamentsprogram

Inom Odd Molly fanns vid årets slut ett utestående incitamentsprogram på förslag från Odd Mollys styrelse baserat på teckningsoptioner i Odd Molly Sverige AB. Optionsprogrammet fastställdes vid årsstämman 2014 och innebar att 100 000 teckningsoptioner tillkom helägda dotterbolaget Odd Molly Sverige AB för vidare överlåtelse till vissa ledande befattningshavare.

Under året förföll ett incitamentsprogram riktat till VD och vVD, varefter styrelsen föreslog ett nytt program. En extra bolagsstämma hölls den 24 februari 2016, efter räkenskapsårets slut. Stämman beslutade i enlighet med styrelsens förslag om ett incitamentsprogram baserat på teckningsoptioner i Odd Molly Sverige AB. Optionsprogrammet innebar att 300 000 teckningsoptioner tillkom Odd Molly Sverige för vidare överlåtelse till VD och vVD.

Intern kontroll

Styrelsen ansvarar för arbetet med bolagsstyrningen och den interna kontrollen. Det övergripande syftet är att skydda bolagets tillgångar och aktieägarnas investering. Styrelsen ansvarar också för att finansiell rapportering är upprättad i enlighet med gällande lag. Kvalitetssäkring av Odd Mollys finansiella rapportering sker genom att styrelsen behandlar samtliga kritiska redovisningsfrågor och de finansiella rapporter som bolaget lämnar. Det förutsätter att styrelsen behandlar frågor om intern kontroll, regelefterlevnad, väsentliga osäkerheter i redovisade värden, eventuella ej korrigerade felaktigheter, händelser efter balansdagen, ändringar i uppskattningar och bedömningar, eventuella konstaterade oegentligheter och andra förhållanden som påverkar de finansiella rapporternas kvalitet.

Kontrollmiljö

En viktig del av den interna kontrollen är att utarbeta och fastställa ett antal grundläggande policies, riktlinjer och ramverk för bolagets ekonomirutiner och för den finansiella rapporteringen. Bolagets finanspolicy upprättades 2013 och fastställs årligen av styrelsen. Ekonomihandboken uppdateras löpande och är ett viktigt verktyg för att skapa grunden för en god intern kontroll av verksamheten. Uppföljning av verksamheten och omarbetning av dessa styrdokument sker löpande samt kommuniceras med samtliga berörda medarbetare. Styrelsen utvärderar löpande verksamhet och resultat genom ett ändamålsenligt rapportpaket innehållande resultat- och balansrapport och utveckling av nyckeltal samt annan väsentlig operationell och finansiell information.

Övriga av styrelsen fastställda policies och riktlinjer av betydelse för den interna kontrollen är kommunikationspolicy, IT-policy och jämställdhetspolicy. Därutöver beslutar VD om ekonomiska arbetsbeskrivningar, vilka finns tillgängliga för ekonomiavdelningen på bolagets server. Odd Molly arbetar enligt en affärsområdesbaserad organisationsstruktur där respektive affärsområdeschef deltar i bolagets ledningsgrupp och ansvarar för arbetsresultatet inom affärsområdet. Samtliga affärsområden inom Odd Molly har samma struktur, ekonomisystem, kontoplan och policies vilket underlättar skapandet av ändamålsenliga rutiner och kontrollsystem.

Riskbedömningar

Odd Molly arbetar förlöpande och aktivt med riskanalys, riskbedömning och riskhantering för att säkerställa att de risker som bolaget är utsatt för hanteras på ett ändamålsenligt sätt inom de ramar som fastställts. I riskbedömningen beaktas exempelvis bolagets administrativa rutiner avseende fakturering och orderhantering. Även balans- och resultatposter där risken för att väsentliga fel skulle kunna uppstå granskas kontinuerligt. Odd Molly arbetar bland annat med förskotts betalning när kreditanalysen har ett negativt utfall eller för nya mindre kunder samt med aktiv kontroll av valutarisker.

Kontrollaktiviteter

Kontrollstrukturer är utformade för att hantera de risker som styrelsen bedömer vara väsentliga för den interna kontrollen av den finansiella rapporteringen. Dessa kontrollstrukturer består dels av en organisation med tydlig ansvarsfördelning, dels av tydliga rutiner och klara arbetsroller. Exempel på kontrollaktiviteter är bland annat rapportering av beslutsprocesser och beslutsordningar för väsentliga beslut (t.ex. nya stora kunder, investeringar, lager, avtal etc.) och även granskning av samtliga finansiella rapporter som presenteras.

I ekonomihandboken behandlas bland annat kontrollaktiviteter som avstämmningar, attestflöden, ekonomisystem och jämförelsemått. Attestinstruktionen uppdateras löpande. Utanordningsrätten behandlas också i denna. Godkännande krävs av minst två personer i förening från ekonomiavdelningen eller av VD och CFO.

Information och kommunikation

Bolagets styrande dokumentation i form av policy, riktlinjer och manualer vad gäller intern och extern kommunikation hålls löpande uppdaterade och kommuniceras internt via relevanta kanaler, såsom interna möten och interna nyhetsmail. För kommunikation med externa parter gäller bolagets kommunikationspolicy, som anger riktlinjer för hur information ska lämnas. Syftet med policyn är att säkerställa att bolaget korrekt och fullständigt uppfyller sina informationsskyldigheter enligt gällande lagar och regler.

Uppföljning och övervakning

Uppföljning av att den interna kontrollen är ändamålsenlig sker löpande av styrelsen efter beredning av revisionsutskottet. Styrelsen ser till att bolagets revisorer översiktligt granskar den finansiella rapporten från det tredje kvartalet. Slutligen lämnar styrelsen en kortfattad rapport över hur den interna kontrollen genomförts under året. Styrelsen har hittills inte funnit anledning att inrätta en separat funktion för internrevision men utvärderar årligen eventuellt behov.

Odd Molly-aktien och ägarförhållanden

Information om Odd Mollys aktie och ägarförhållanden finns under avsnittet Odd Mollys aktie i årsredovisningen, sidorna 22–23 samt under avsnittet Odd Molly-aktien och ägarförhållanden i förvaltningsberättelsen.

Styrelsen, 23 mars 2016

REVISORSYTTRANDE OM BOLAGSSTYRNINGSRAPPORTEN

**Till årsstämman i Odd Molly International AB,
org. nr. 556627-6241**

Det är styrelsen som har ansvaret för bolagsstyrningsrapporten för räkenskapsåret 2015 på sidorna 54-57 och för att den är upprättad i enlighet med årsredovisningslagen.

Vi har läst bolagsstyrningsrapporten och baserat på denna läsning och vår kunskap om bolaget och koncernen anser vi att vi har tillräcklig grund för våra uttalanden. Detta innebär att vår lagstadgade genomgång av bolagsstyrningsrapporten har en annan inriktning och en väsentligt mindre omfattning jämfört med den inriktning och omfattning som en revision enligt International Standards on Auditing och god revisionsssed i Sverige har.

Vi anser att en bolagsstyrningsrapport har upprättats, och att dess lagstadgade information är förenlig med årsredovisningen och koncernredovisningen.

Stockholm den 23 mars 2016
Ernst & Young AB

Jonas Svensson
Auktoriserad revisor



STYRELSE OCH REVISORER

Patrik Tillman

Född 1965.

Styrelseordförande sedan 2013, styrelseledamot sedan 2004.

Utbildning: Civilekonom, Stockholms universitet, Diplomerad Finansanalytiker, IFL Sigtuna.

Andra uppdrag: VD och partner i Lenner & Partners Corporate Finance AB. Styrelseledamot i Lenner & Partners Corporate Finance AB med dotterbolag, Indiska Magasinet AB med dotterbolag, Kattvik Financial Services AB med dotterbolag, PFG Group AB, Singbox AB, This is SMS Sweden AB, Sjötransporter Lidingö AB samt Tobin Properties AB.

Bakgrund: Tidigare finansanalytiker på Alfred Berg Fondkommission AB, lång erfarenhet från detaljhandel via arbete bland annat som franchisetagare inom Indiska Magasinet AB.

Innehav: Via bolag 1 049 763 aktier samt via närstående 9 000 aktier.* Anses som oberoende till bolaget och bolagsledningen, men inte till dess större ägare.

Kia Orback Pettersson

Född 1959.

Styrelseledamot sedan 2013.

Utbildning: Civilekonom, Lunds universitet.

Andra uppdrag: Partner i Konceptverkstan. Styrelseordförande i Teracom Boxer Group, NAI Svefa och Riskdalen. Styrelseledamot i JM, Kungsleden.

Bakgrund: Ledande befattningar inom detaljhandel, media och fastigheter, bland annat som VD för Sturegallerian, vVD i Guldfynd/Hallbergs och marknadsdirektör på Dagens Nyheter.

Innehav: 5 400 aktier via närstående.* Anses som oberoende till bolaget, bolagsledningen och dess större ägare.

Mia Arnhult

Född 1969.

Styrelseledamot sedan 2008.

Utbildning: Civilekonom.

Andra uppdrag: VD och styrelseledamot i M2 Gruppen AB samt VD i Locellus AB och Arnhult Invest AB. Styrelseordförande Devyser Holding AB och Devyser AB. Styrelseledamot i Bactiguard Holding AB, M2 Capital Management AB, Footway Group AB, Suburban Properties AB, Nanexa AB och Lidingöloppet.

Bakgrund: Tidigare CFO på Corem Property Group AB och M2 Gruppen. Flerårig erfarenhet som revisor på bland annat Lindebergs Grant Thornton.

Innehav: Via bolag 1 187 486 aktier.* Anses som oberoende till bolaget och bolagsledningen, men inte till dess större ägare.

Elin Ryer

Född: 1979

Styrelseledamot sedan 2015.

Utbildning: IHM Business School och en fil. mag. i konsthistoria från Stockholms universitet samt Haverford College and BrynMawr College, i Pennsylvania USA.

Andra uppdrag: Ansvarig för onlinetjänsten Used By.

Bakgrund: Gedigen erfarenhet av varumärkesfrågor från bland annat Svenskt Tenn, Cantor Fitzgerald Gallery, Stockholms Auktionsverk och Brandit. Hon är en av Dr Anders Walls stipendiater med bland annat placering på Svenska Handelskammaren i London år 2002.

Innehav: 2 000 aktier.* Anses som oberoende till bolaget och bolagsledningen, men inte till dess större ägare.

Lennart Björk

Född 1942.

Styrelseledamot sedan 2012.

Utbildning: Elektroingenjör STI i Stockholm, studier i marknadsföring vid The London School of Foreign Trade.

Andra uppdrag: Ordförande i Boomerang, HEA Property Partner AB och New Moon AB.

Bakgrund: VD i Gant Company och styrelseordförande i Gant Company.

Innehav: Via bolag 614 173 aktier.* Anses som oberoende till bolaget och bolagsledningen, men inte till dess större ägare.

Nils Vinberg

Född 1957.

Styrelseledamot sedan 2009.

Utbildning: Civilekonom från Handelshögskolan i Stockholm.

Andra uppdrag: Styrelseordförande i Carpetvista Group AB, Elevenate AB och Vinberg Management AB. Styrelseledamot i Lexington Company AB.

Bakgrund: Tidigare styrelseordförande och VD i Björn Borg AB, styrelseordförande i Eton AB, CFO på Worldwide Brand Management (WBM) AB.

Innehav: 0 aktier.* Anses som oberoende till bolaget, bolagsledningen och dess större ägare.

Huvudansvarig revisor

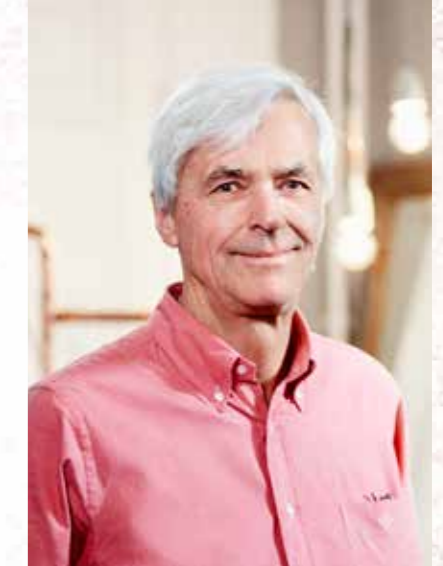
Jonas Svensson, född 1968. Auktoriserad revisor, Ernst & Young AB.



Patrik Tillman



Mia Arnhult



Lennart Björk



Kia Orback Pettersson



Elin Ryer



Nils Vinberg

* Per den 10 mars 2016.

LEDANDE BEFATTNINGSHAVARE

Anna Attermark

Född 1968.

VD sedan 2011.

Utbildning: Civilekonom från Handelshögskolan i Stockholm.

Bakgrund: Lång och gedigen erfarenhet från den internationella modemarknaden i flera olika befattningar såsom sektionschef, divisionschef, operativ designchef och inköpschef. Kommer närmast från en position som ansvarig för utvecklingsarbetet inom H&Ms inköpsavdelning.

Innehav: 4 872 aktier, 150 000 teckningsoptioner och 400 via närstående.*

Kristin Roos

Född 1964.

Product Manager sedan oktober 2008.

Utbildning: "Formgivare för textilindustrin" från Lennings Textiltekniska Institut. Stockholms Tillskärarakademi.

Bakgrund: Lång erfarenhet från textilbranschen såsom produktionschef på J. Lindeberg, dessförinnan inköpare/ produktionschef Peak Performance och mönsterkonstruktör/inköpare Marc O'Polo.

Innehav: 1 000 aktier samt 15 000 teckningsoptioner.*

Jennie Högstedt Björk

Född 1975.

Sortimentschef och **vice VD** sedan 2011.

Utbildning: Civilekonom från Stockholms universitet.

Bakgrund: Kommer närmast från H&Ms inköpsavdelning och har bakgrund som business controller, sektionschef, divisionschef och onlineansvarig.

Innehav: 3 000 aktier, 150 000 teckningsoptioner och 1 950 aktier via närstående.*

Kent-Jonas Lundqvist

Född 1972.

Global Sales Director sedan 2013.

Utbildning: IHM Business School.

Bakgrund: Lång erfarenhet av modeindustrin och där främst inom försäljning av varumärken till både grossist- och detaljhandel. Tidigare olika positioner för Levi Strauss & Co. såsom Sales Manager för Sverige och Finland, Key Account Manager för Norden och Area Account Manager för Göteborg och Stockholm.

Innehav: 10 000 teckningsoptioner.*

Henrik Wetterdal

Född 1967.

Interim CFO sedan januari 2016.

Henrik Fredin var CFO på Odd Molly under 2015 och lämnade bolaget för uppdrag utanför koncernen under december månad.

Johanna Palm utsågs i mars 2016 till ny CFO i Odd Molly med tillträde den 18 april 2016. Fram tills dess är Henrik Wetterdal interim CFO.



Anna Attermark



Jennie Högstedt Björk



Kristin Roos



Kent-Jonas Lundqvist

* Per den 10 mars 2016.



DEFINITIONER

Återförsäljare

Odd Mollys återförsäljare består av allt från små nischade butiker till välrenommerade varuhus i ett trettiotal länder runt om i världen. Återförsäljaren är avtalspart gentemot Odd Molly, förutom där bolaget undantagsvis representeras av en distributör. Bolagets försäljning till återförsäljare benämns grossistförsäljning eller "wholesale".

Agent

Agenten har exklusiv rätt att sälja Odd Mollys sortiment på en geografiskt avgränsad marknad till externa återförsäljare. Som stöd i sitt försäljningsarbete får agenten information om aktuella kollektioner och till sitt förfogande en uppsydd provkollektion samt marknadsföringsmaterial. Agenten erhåller provision på sin försäljning. Försäljning via agent ger låg risk då orderläggningen är bindande. Samtidigt innebär modellen en begränsad möjlighet för Odd Molly att driva på försäljningen gentemot återförsäljaren. I Skandinavien har Odd Molly numera inga agenter utan ansvarar själv för försäljningsarbetet gentemot återförsäljare.

Distributör

Distributören har i stort sett samma roll som en agent, med den stora skillnaden att distributören själv köper in varor, och tar därmed risken för lager och försäljning, till ett rabatterat pris. Med den lägre risk det innebär att närvara på en marknad via distributör följer också en lägre marginal och mindre kontroll över återförsäljarledet.

Egna försäljningskanaler

Odd Molly driver egen försäljning i fristående butiker, webbshop, outlets och shop-in-shops. I outletbutikerna erbjuder Odd Molly sortiment från tidigare säsonger samt vissa provkollektioner. En shop-in-shop är en avgränsad försäljningsyta på exempelvis ett varuhus där Odd Molly har egen inredning och i vissa fall egen personal och kassaredovisning. Genom egna försäljningskanaler får Odd Molly, förutom intäktsmöjligheter, större kontroll över hela värdekedjan och bättre förutsättningar att driva försäljning utifrån efterfrågan. Samtidigt står Odd Molly risken i varulager och kostnader för egen personal.

Franchisetagare

Odd Molly ger en extern aktör rätten att driva försäljning i Odd Mollys namn på ett specifikt geografiskt område och i överenskomna försäljningskanaler mot en särskild avgift.

Leverantör

Odd Molly har ingen egen produktion utan kontrakterar ett urval leverantörer i Asien och Europa.

Avkastning på eget kapital

Resultat efter skatt i procent av genomsnittligt justerat eget kapital.

Avkastning på sysselsatt kapital

Resultat efter finansiella poster med återläggning av räntekostnader dividerat med genomsnittligt sysselsatt kapital.

Bruttovinstmarginal

Nettoomsättningen minus kostnad för sålda varor i förhållande till nettoomsättningen.

Eget kapital

Redovisat eget kapital.

Eget kapital per aktie

Eget kapital per balansdagen dividerat med antal aktier vid periodens utgång.

Nettomarginal

Resultat efter finansiella poster i procent av nettoomsättningen.

Resultat per aktie

Periodens resultat efter skatt dividerat med vägt genomsnitt av antal aktier under perioden.

Rörelsemarginal (EBIT)

Rörelseresultat dividerat med nettoomsättningen.

Soliditet

Eget kapital dividerat med balansomslutningen.

Sysselsatt kapital

Eget kapital plus räntebärande skulder. Genomsnitt beräknat som ingående plus utgående sysselsatt kapital dividerat med två.

Vinstmarginal

Resultat före skatt dividerat med nettoomsättningen.

INFORMATION TILL AKTIEÄGARNA

Årsstämma

Årsstämma i Odd Molly äger rum tisdagen den 19 april 2016 kl 14.00, i bolagets showroom på Karlavägen 73 i Stockholm.

Anmälan

Aktieägare som vill delta i årsstämman ska

- Dels vara införd i den av Euroclear Sweden AB förda aktieboken onsdagen den 13 april 2016;
- Dels senast onsdagen den 13 april 2016 kl. 16.00 anmäla sitt deltagande hos bolaget under adress:
Odd Molly International AB
Attention: Bolagsstämma
Kornhamnstorg 6
S-111 27 Stockholm
eller via e-post: bolagsstamma@oddmolly.com

Vid anmälan ska uppges namn, person-/organisationsnummer, aktieinnehav, adress, telefonnummer dagtid och uppgift om eventuella biträden samt i förekommande fall uppgift om ställföreträdare. Till anmälan ska därtill i förekommande fall bifogas fullständiga behörighetshandlingar såsom registreringsbevis eller motsvarande.

Förvaltarregistrerade aktier

Aktieägare, som låtit förvaltarregistrera sina aktier hos bank eller annan förvaltare, måste, för att äga rätt att delta i årsstämman, tillfälligt inregistrera sina aktier i eget namn hos Euroclear Sweden AB. Aktieägare som önskar sådan omregistrering måste underrätta sin förvaltare om detta i god tid före onsdagen den 13 april 2016, då sådan omregistrering ska vara verkställd.

Utdelning

Styrelsen i Odd Molly kommer att föreslå årsstämman att en utdelning om 1,50 kronor lämnas för räkenskapsåret 2015. För räkenskapsåret 2014 lämnades en utdelning om 1,00 kronor. Styrelsen avser att årligen pröva om det finns möjlighet att lämna utdelning och styrelsen är av den uppfattningen att likviditet som inte behövs i verksamheten ska delas ut till aktieägarna. Styrelsens mål är att årligen föreslå att bolagsstämman beslutar om utdelning motsvarande minst 40 procent av bolagets vinst till aktieägarna. Styrelsen kommer innan ett sådant förslag lämnas överväga om det finns möjlighet att lämna utdelning i denna storleksordning. I övervägandet kommer styrelsen att beakta flera faktorer, bland annat bolagets verksamhet, rörelseresultat och finansiella ställning, aktuellt och förväntat likviditetsbehov, expansionsplaner och andra väsentliga faktorer.

Kommande informationstillfällen

- Delårsrapport för det första kvartalet, januari-mars 2016, avges den 19 april 2016
- Årsstämma 2016 hålls i Stockholm den 19 april 2016
- Delårsrapport för det andra kvartalet, april-juni 2016, avges den 18 augusti 2016
- Delårsrapport för det tredje kvartalet, juli-september 2016, avges den 19 oktober 2016



