**Menestyksekäs LEGO strategia kasvaa vahvasti myös jatkossa**

**LEGO Group saavutti erittäin hyvän tuloksen 2012 LEGO® teemojen, kuten Ninjago ja LEGO Friends, innovatiivisen kehittämisen sekä ydinmarkkinoiden lähellä tapahtuvan tuotannon ansiosta.**

LEGO Groupin liikevaihto kasvoi 25 % vuonna 2012 ollen EUR 3.144 miljoonaa– melkein kolminkertainen vuoteen 2007 verrattuna. Tämä on viides peräkkäinen vuosi, jolloin LEGO Groupin vuotuinen liikevaihto kasvaa yli 15 %.

Tänään julkaistun LEGO Groupin vuosikertomuksen avainlukuja:

* Vuoden liiketuotto oli EUR 1.068 miljoonaa, mikä on 40 % enemmän kuin vuonna 2011 (EUR 760 miljoonaa).
* Käyttökate oli 34 %, kun se vuonna 2011 oli 30 %.
* Vuoden nettotulos oli EUR 754 miljoonaa, kun se vuonna 2011 oli EUR 558 miljoonaa.
* Liikevaihto kasvoi 25 % ollen EUR 3.144 miljoonaa, kun se vuonna 2011 oli 2.514 miljoonaa DKK. Paikallisvaluutassa (pois lukien valuuttakurssivaihtelut) liikevaihto kasvoi 20 % edellisvuoteen verrattuna.
* Liiketoiminnan rahavirta oli EUR 834 miljoonaa, kun se vuonna 2011 oli EUR 515 miljoonaa.
* Vuonna 2012 LEGO Group maksoi EUR 256 miljoonaa välittömiä veroja.

*The LEGO Group reporting currency is DKK. Conversion from DKK to EUR is based on an annual average currency rate (however conversion of net cash generated from operating activities is based on year-end currency rate) in 2012 and 2011 respectively.*

"Tulos on erittäin tyydyttävä ja parempi kuin alkuvuodesta osasimme odottaa. Tämä johtuu ennen kaikkea siitä, että pystyimme kehittämään ja lanseeraamaan tuotteita, jotka olivat lasten toivelistan kärjessä vuonna 2012 eri puolilla maailmaa", kertoo LEGO Groupin Chief Executive Officer Jørgen Vig Knudstorp.

Joka vuosi LEGO Groupin myynnistä yli 60 % on uusien tuotteiden lanseerauksia.

"Asetamme sen vuoksi tuotekehitys- ja hankintaprosseillemme erittäin suuret vaatimukset. Meidän on vuodesta toiseen pystyttävä ennakoimaan, mikä lapsia kiinnostaa ja valmistettava tuotteemme sen pohjalta. Vuonna 2012 onnistuimme siinä erittäin hyvin, Jørgen Vig Knudstorp toteaa.

**Tuotanto lähellä ydinmarkkinoita**  
LEGO tuotteiden suuri kysyntä vuonna 2012 asetti merkittäviä haasteita LEGO Groupin tuotannolle, mutta yhtiön strategia sijoittaa tehtaat lähelle Euroopan ja Pohjois-Amerikan ydinmarkkinoita osoittautui oikeaksi.

”Sijoittamalla pakkaustoimintamme maantieteellisesti lähelle ydinmarkkinoitamme ja optimoimalla ja parantamalla tuotantoamme jatkuvasti pystymme paremmin vastaamaan asiakkaiden ja kuluttajien asettamiin vaatimuksiin, kertoo Bali Padda, Chief Operating Officer.

**LEGO Friends ylitti odotukset reilusti**

Parhaiten tuotelinjoista vuonna 2012 myivät LEGO City ja LEGO *Star Wars™, ja* kolmannen sijan sai vuonna 2011 lanseerattu LEGO Ninjago. Uusi tuotelinja LEGO Friends tarjosi strategisen virstanpylvään vuonna 2012. Se myi paljon odotettua paremmin sijoittuen tuotelinjojen myyntilistoissa neljännelle sijalle. Vaikka LEGO Group LEGO Friends tuotteita valmistettiin yli kaksinkertainen määrä ennusteisiin verrattuna, kaikkia kysyttyjä tuotteita ei kuitenkaan voitu toimittaa.

**Globaalia kasvua**

Kaksinumeroisiin kasvulukuihin päässeet Pohjois-Amerikka, Aasia sekä Keski- ja Itä-Eurooppa esittivät vaikuttavia myyntilukemia 2012. Joillakin Etelä-Euroopan markkinoilla kasvuluvut olivat heikommat, mutta ne pysyivät silti vahvoina yksinumeroisina lukuina markkinoiden asettamista melkoisista haasteista huolimatta.

”Olemme erittäin tyytyväisiä Aasian vahvaan kasvuun, jota ovat vauhdittaneet erityisesti LEGO Ninjago, LEGO Friends ja LEGO City. Vaikka Aasia onkin LEGO Groupille suhteellisen pieni markkina-alue, ennustamme sen muuttuvan lähivuosina uuden kasvun moottoriksi", kertoo Chief Marketing Officer Mads Nipper.

Varmistaakseen kasvun myös tulevaisuudessa LEGO Group jatkoi investointejaan ydinmarkkinoidensa läheisyydessä 2012.

* LEGO Group kertoi Tšekin tasavallassa sijaitsevan nykyisen tehtaansa huomattavista laajennustöistä syyskuussa.
* Työt uuden tehtaan rakentamiseksi nykyisen Nyíregyházassa Unkarissa sijaitsevan tehtaan läheisyyteen aloitettiin lokakuussa.
* Singaporeen perustettiin uusi Aasian pääkonttori osana strategiaa, jonka mukaan Aasiasta tehdään yksi yhtiön ydinmarkkinoista.
* Koska pakkaustoiminta sijoitetaan strategian mukaan lähemmäksi ydinmarkkinoita, LEGO Group ilmoitti vuoden 2013 alussa, että Tanskan Billundissa sijaitseva pakkaustoiminta lakkautetaan 2,5 vuoden kuluessa. Samalla aikavälillä Billundissa tehdään suuria investointeja valu- ja suunnitteluresursseihin.

Lisääntyneen myynnin ja tuotantolaitoksiin tehtyjen investointien myötä kokopäivätoimisten työntekijöiden määrä kasvoi runsaalla 1000:lla, ja työntekijöitä oli keskimäärin 9 374 vuonna 2011 ja 10 400 vuonna 2012. Työntekijämäärän odotetaan kasvavan myös vuonna 2013.

Odotusten mukaan vahvaa kasvua 2013

LEGO Group odottaa maailmanlaajuisen talouskehityksen vaikuttavan lelumarkkinoihin yleisesti myös vuonna 2013. Länsi- ja Etelä-Euroopan sekä Pohjois-Amerikan talouskehitykseen kohdistuu edelleenkin paineita, kun taas Aasiassa ja Itä-Euroopassa odotetaan voimakasta kasvua.

LEGO Groupin pääjulkistukselle LEGO Legends of Chima kohdistuu suuria odotuksia vuonna 2013. Leikkiteema sijoittuu mytologisten eläinheimojen asuttamaan mielikuvitusmaailmaan.

LEGO Groupin vuoden 2012 kasvuvauhdin perusteella LEGO myynnille ennakoidaan jatkuvaa kasvua vuonna 2013. Maailmanlaajuinen vaikea taloudellinen tilanne voi kuitenkin vuonna 2013 johtaa alhaisempiin lukuihin kuin vuonna 2012 osattiin arvioida. Siitä huolimatta LEGO Group odottaa koko vuoden yhteenlasketun tuloksen olevan tyydyttävä.

**Median yhteystiedot**

Roar Rude Trangbæk, Press Officer  
 +45 7950 4348  
E-mail: [RRT@LEGO.com](mailto:RRT@LEGO.com)

*For free broadcast standard video supporting this press release, please visit* [*www.thenewsmarket.com/LEGOAnnualResult*](http://www.thenewsmarket.com/LEGOAnnualResult).