**Úspěšná strategie společnosti LEGO přináší pokračující silný růst**

**K velmi úspěšným hospodářským výsledkům skupiny LEGO za rok 2012 přispěla orientace na vývoj inovačních výrobků s náměty, jakými jsou LEGO® Ninjago nebo LEGO Friends a výroba v blízkosti nejdůležitějších trhů**

Tržby skupiny LEGO se v roce 2012 zvýšily o 25% na 23,405 mil. DKK, což je téměř trojnásobek obratu dosaženého v roce 2007. Skupina tak letos již popáté za sebou dosáhla více než 15procentního meziročního růstu obratu.

Dále jsou uvedeny nejdůležitější informace z dnes publikované výroční zprávy skupiny LEGO za rok 2012:

* Provozní zisk za rok se zvýšil o 40% z 5,666 mil. DKK v předchozím roce na 7,952 mil. DKK.
* Provozní marže vzrostla z 30% v roce 2011 na 34%.
* Čistý zisk za rok vzrostl ze 4,160 mil. DKK v předchozím roce na současných 5,613 mil. DKK.
* Obrat se zvýšil o 25% z 18,731 mil. DKK v roce 2011 na 23,405 mil. DKK. Při vyjádření v místních měnách (tj. bez započtení kurzových vlivů) se obrat meziročně zvýšil o 20%.
* Čisté peněžní toky z provozní činnosti dosáhly 6,220 mil. DKK oproti 3,828 mil. DKK v roce 2011.
* V roce 2012 skupina zaplatila daň z příjmu právnických osob ve výši 1,909 mil. DKK.

„Hospodářské výsledky jsou více než uspokojivé a překonávají naše očekávání z počátku roku. Jejich základem je především to, že jsme dokázali vyvinout a uvést na trh výrobky, které se v roce 2012 dostaly na seznam vánočních přání dětí z celého světa,“ uvedl Jørgen Vig Knudstorp, generální ředitel skupiny LEGO.

Více než 60% obratu skupiny každoročně tvoří výrobky, které jsou na trh uváděny nově.

„To klade vysoké nároky na oblast vývoje a logistiky. Každý rok musíme umět předvídat, co v nadcházejícím období zaujme děti, a nabídnout jim to v podobě atraktivních výrobků – a to se nám v roce 2012 dařilo,“ uzavřel Jørgen Vig Knudstorp.

„Také v České republice a na Slovensku dosáhla skupina LEGO v roce 2012 vysokého růstu. Objem prodeje se zvýšil v průměru o 37% (z toho v České republice o 29% a na Slovensku o 73%), přestože trh hraček jako takový stagnoval. Na růstu se podílely veškeré hlavní tematické řady, velmi dobře si vedly zejména produktové řady LEGO City, LEGO *Star Wars*TM a LEGO Ninjago. Kromě nich jsme uvedli na trh novou řadu LEGO Friends pro děvčata, která zcela překonala naše očekávání. Předpokládáme, že v roce 2013 bude růst pokračovat,“ říká Josef Jirovský, country manažer pro Českou a Slovenskou republiku.

**Výroba v blízkosti trhů**

Vysoká poptávka po výrobcích LEGO v roce 2012 znamenala velkou výzvu pro výrobní divizi. Strategie skupiny spočívající v přesunu závodů co nejblíže ke klíčovým trhům v Evropě a Severní Americe ovšem přinesla své ovoce.

„Díky tomu, že se naše výrobní kapacity nacházejí v blízkosti klíčových trhů a že se nám daří průběžně optimalizovat a zlepšovat výrobu, můžeme lépe reagovat na poptávku zákazníků a spotřebitelů,“ vysvětluje provozní ředitel Bali Padda.

**Řada LEGO Friends výrazně předčila očekávání**

Nejprodávanějšími řadami v roce 2012 byly LEGO City a LEGO *Star Wars™,* následované řadou LEGO Ninjago (na trh byla uvedena v roce 2011). Novinka LEGO Friends v roce 2012 dosáhla strategického milníku – její prodej překonal očekávání a stala se čtvrtou nejlépe prodávanou řadou. I když se její výroba oproti předpokladům více než zdvojnásobila, poptávku se nepodařilo plně uspokojit.

**Celosvětový růst**

Dvojciferný růst obratu v Severní Americe, Asii a střední a východní Evropě v roce 2012 znamená pro skupinu vynikající výsledek. I když na některých jihoevropských trzích byla míra růstu nižší, přes nepříznivý vývoj na těchto trzích si dokázala udržet zdravý jednociferný růst.

„S přesvědčivým růstem v Asii, jehož tahounem jsou hlavně úspěšné řady LEGO Ninjago, LEGO Friends a LEGO City, jsme velmi spokojeni. I když tento region pro nás představuje relativně malý trh, v nadcházejících letech očekáváme, že se právě on stane novým motorem růstu,“ uvedl marketingový ředitel Mads Nipper.

Aby se skupina LEGO připravila na budoucí růst, pokračovala v roce 2012 v investicích do provozů v blízkosti klíčových trhů.

* V září skupina oznámila výrazné rozšíření stávajících provozů v České republice.
* V říjnu byla zahájena výstavba nového výrobního závodu v Maďarsku nedaleko již fungující továrny v Nyíregyháza.
* V rámci strategie, jejímž cílem je vytvořit z Asie nový klíčový trh, bylo na podzim slavnostně otevřeno nové ústředí v Singapuru.
* V souvislosti se snahou přiblížit výrobní kapacity více klíčovým trhům skupina LEGO na začátku roku 2013 oznámila, že během nadcházejících dvou a půl let uzavře provozy v dánském Billundu. Zároveň ale chystá velké investice do lisoven a technických provozů v Billundu.

Díky růstu obratu a investicím do výrobních kapacit vzrostl oproti roku 2011 počet zaměstnanců na plný úvazek z 9,374 o více než 1000 na 10,400. V roce 2013 by měl počet zaměstnanců nadále růst.

V roce 2013 se očekává výrazný růst

Skupina LEGO očekává, že obecné dopady vývoje na světových finančních trzích budou trh hraček ovlivňovat i v roce 2013. Finanční situace v západní a jižní části Evropy a v Severní Americe zůstane napjatá, zatímco v Asii a východní Evropě se očekává vysoký růst.

Co se týče novinek, v roce 2013 skupina vkládá velká očekávání do řady LEGO Chima, která přináší téma ze světa fantasy obydleného mytickými zvířecími kmeny.

Vzhledem k dynamice vývoje skupiny v loňském roce se očekává, že její tržby budou růst i v tomto roce, ovšem v důsledku celosvětově nepříznivé ekonomické situace bude rychlost růstu nižší než v uplynulém roce. To ovšem nic nemění na skutečnosti, že skupina LEGO očekává letos celkově uspokojivé výsledky.

**Doplňující informace vám poskytne:**

Roar Rude Trangbæk, Press Officer
Tel.: +45 7950 4348
Mob.: +45 3065 3164
E-mail: RRT@LEGO.com

*Broadcast standard video:*

[*www.thenewsmarket.com/LEGOAnnualResult*](http://www.thenewsmarket.com/LEGOAnnualResult).