

GARMIN PRESENTA I RISULTATI RELATIVI AL PRIMO TRIMESTRE 2014 CONTRADDISTINTI DA CRESCITA DEI RICAVI E DELL' EPS

Milano, maggio 2014 - Garmin Ltd (Nasdaq: GRMN – news) ha annunciato i risultati relativi al primo trimestre che si è chiuso il 29 marzo 2014. Il fatturato totale è stato pari a 583 milioni di dollari, con una crescita del 10% rispetto allo stesso trimestre 2013.

I segmenti, Outdoor, Fitness, Aviazione e Nautico hanno raggiunto il 58% dei ricavi complessivi crescendo del 22% rispetto allo stesso periodo dell'anno precedente. In particolare:

- Automotive/Mobile -4% (242,9 milioni di dollari)
- Outdoor +10% (83,9 milioni di dollari)
- Fitness +38% (100,2milioni di dollari)
- Nautico +19% (60 milioni di dollari)
- Aviazione +19% (95,9 milioni di dollari)

Tutte le aree geografiche hanno fatto registrare un aumento di fatturato. L'area EMEA ha fatto registrare la migliore performance come crescita, con un fatturato di 220,6 milioni di dollari, + 16%. Il margine lordo e quello operativo sono migliorati rispettivamente del 57% e del 21% rispetto al primo trimestre del 2013. L'EPS (earning per share) diluito pro forma è aumentato del 38% raggiungendo il valore di \$0,55. La generazione del cash flow è stata pari a 56 milioni di dollari nel primo trimestre 2014.

Importanti traguardi

- Commercializzato vívofit™ , la prima fitness band di Garmin nel mercato in rapida espansione degli activity tracker.
- Annunciato G3X™ Touch per il mercato in sviluppo del volo ultraleggero con 5 partner OEM.

“Abbiamo avuto un grande avvio nel 2014 con una crescita di fatturato, margine operativo e EPS; tuttavia sappiamo che non possiamo essere compiaciuti del risultato. “I mercati nei quali operiamo sono infatti in grande evoluzione e competitivi per questo dobbiamo capitalizzare il nostro forte portfolio di prodotti nel 2014 cercando nuove opportunità e innovazioni che possano portarci in futuro una potenziale nuova crescita” ha commentato Cliff Pemble, President and chief executive officer di Garmin .

Outdoor

Il settore outdoor ha fatto registrare una crescita dei ricavi del 10% con tutte le principali categorie di prodotti che hanno contribuito alla crescita. Il margine lordo e quello operativo sono rimasti rispettivamente al 61% e al 28% nell'ultimo trimestre. Abbiamo continuato ad ampliare la nostra gamma di prodotti outdoor con l'introduzione di Fenix™ 2. Questo dispositivo offre i punti di forza del modello precedente e aggiunge avanzate funzionalità per l'allenamento e la connettività con lo smartphone. Inoltre, è stata avviata una campagna di comunicazione e sponsorship a favore delle action camera VIRB™.

Fitness

I ricavi del settore Fitness sono cresciuti del 38% grazie al forte contributo offerto da Forerunner® 220 e 620 e al buon debutto a metà trimestre di vívofit™.

I margini sia lordo che operativo sono aumentati rispettivamente del 64% e del 33%, risultato dovuto al fatto che la crescita delle vendite è stata superiore all'aumento dei costi legati alla Ricerca e Sviluppo e alla pubblicità. Siamo molto contenti dell'accoglienza che il mercato ha riservato ai nuovi prodotti e siamo convinti che l'innovazione e la ricerca siano le chiavi per conquistare i consumatori nel mercato in rapida crescita, ma affollato, del fitness e del wellness. Portiamo anni di esperienza nel mercato e puntiamo a essere il punto di riferimento non solo per gli atleti ma anche per i nuovi praticanti dello sport. Per gli atleti abbiamo appena presentato Edge® 1000. Questo computer da bici di fascia alta unisce le migliori funzionalità per questa tipologia di prodotto a un display touch, connettività con smartphone e la nuova funzione "segmenti" per competere con gli altri utenti.

Aviazione

Il settore dell'aviazione ha visto una crescita dei ricavi del 19% grazie sia all'apporto del comparto OEM che quello aftermarket. Il margine lordo e quello operativi sono rimasti rispettivamente al 74% e al 30% nell'ultimo trimestre. Durante l'ultimo trimestre abbiamo continuato ad ampliare la nostra offerta introducendo ricevitori portatili per il meteo, la tecnologia angolo di attacco e soluzioni radar per gli altimetri. Inoltre, abbiamo annunciato G3X™ Touch insieme a cinque partner OEM offrendo soluzioni per l'avionica in 13 modelli e abbiamo allargato la nostra partnership con Cessna introducendo G3000 per le nuove versioni di CJ3+ e CJ2+ Alpine Edition.

Nautico

Il settore nautico ha avuto una crescita dei ricavi del 19% rispetto a un primo quarto 2013 particolarmente debole e legato soprattutto alla forte domanda di nuovi prodotti che includono soluzioni di autopilotaggio, chart plotter e radar. I margini lordi sono cresciuti raggiungendo il 52% nell'ultimo periodo grazie all'orientamento del mercato verso nuovi prodotti e con margini assicurati più alti. I margini operativi sono migliorati significativamente nel trimestre grazie a una migliore efficienza della ricerca facendo prezioso il lavoro di sviluppo dei nuovi prodotti nello scorso anno. C'è ancora molto lavoro davanti per continuare a innovare, guadagnare quote di mercato e migliorare la nostra profittabilità.

Auto/Mobile

Il segmento auto/mobile ha visto una contrazione dei ricavi del 4% e i PND continuano a diminuire come previsto ma sono stati parzialmente compensati dall'ammortamento dei ricavi postposti e dalla crescita dei ricavi OEM. I margini lordo e operativo nel trimestre sono stati rispettivamente del 47% e 13%, che rappresenta un miglioramento rispetto all'anno precedente dovuto all'ammortamento dei ricavi postposti ad alto margine. Sebbene sia prevista una diminuzione dei volumi dei PND per tutto il 2014, siamo soddisfatti del nostro market share e della profittabilità in questo mercato. Inoltre, molti dei nostri prodotti di nicchia, come le dash cam e le unità RV, stanno aiutando a compensare il declino dei PND. Per concludere, il mercato OEM resta un forte focus e un area di investimento che potrà portare opportunità di crescita per il futuro.

Su Garmin

Garmin International Inc. è una filiale di Garmin Ltd. (Nasdaq: GRMN), leader mondiale nella navigazione satellitare. Dal 1989 l'azienda progetta, produce, commercializza e vende strumenti e applicazioni – la maggior parte delle quali utilizza la tecnologia GPS – per la navigazione, la comunicazione e la trasmissione di informazioni. I prodotti Garmin vengono impiegati nei settori automotive, mobile, wireless, outdoor, nautica, aviazione e per applicazioni OEM. Garmin Ltd ha sede in Svizzera e le sue filiali principali si trovano negli Stati Uniti, Taiwan e Regno Unito. In Italia, il gruppo è rappresentato da Garmin Italia Spa. Garmin è un marchio registrato. Tutti i marchi e nomi dei prodotti Garmin sono registrati, di proprietà di Garmin Ltd o delle sue filiali. Tutti gli altri brand, nomi dei prodotti, nomi aziendali, marchi e servizi sono di proprietà dei rispettivi proprietari. Tutti i diritti sono riservati.

Ufficio Stampa Corporate & Automotive

MY PR Srl

Tel. +39 02 54123452

Francesco Corona

.....
francesco.corona@mypr.it

Lorenzo Pallotti

.....
lorenzo.pallotti@mypr.it

Garmin Italia

Maria Aprile

maria.aprile@garmin.it