

## FORTE CRESCITA DEI RICAVI E DELL'EPS DILUITO PRO FORMA NEL SECONDO TRIMESTRE DI GARMIN

**Milano, agosto '14** - Garmin Ltd (Nasdaq: GRMN – news) ha annunciato i risultati relativi al secondo trimestre che si è chiuso il 28 giugno 2014. Il fatturato totale nel secondo trimestre è stato pari a 778 milioni di dollari, con i settori fitness e aviazione che hanno fatto segnare una crescita rispettivamente del 79% e del 11%. Tornano in campo positivo anche i settori automotive e marine rafforzando così i risultati del trimestre che generano 143 milioni di dollari nel periodo.

In particolare nel trimestre si sono registrati i seguenti dati:

- Automotive/Mobile +2% (350,036 milioni di dollari)
- Outdoor -1% (106,059 milioni di dollari)
- Fitness +79% (150,678 milioni di dollari)
- Aviazione +11% (97,295 milioni di dollari)
- Nautico +1% (73,780 milioni di dollari)

Ecco i principali fatti del secondo trimestre del 2014:

- I ricavi del trimestre si sono attestati a 777,848 milioni di dollari con una crescita del 12%.
- Il margine lordo è cresciuto del 57%.
- Il margine operativo è cresciuto del 28% .
- Siglato l'accordo per l'acquisizione delle azioni di Fusion Electronics, fornitore leader del sistema audio integrato per il settore nautico. . L'accordo sarà perfezionato nel terzo trimestre del 2014.
- L'EPS (earning per share) diluito pro forma è aumentato del 34% attestandosi a \$ 1,02 rispetto a \$ 0,76 dello stesso trimestre 2013.
- La generazione del cash flow è stata pari a 143 milioni di dollari nel secondo quarto 2014.

“La nostra grande partenza nel 2014 prosegue con il secondo trimestre consecutivo contraddistinto da crescita di fatturato, reddito operativo e EPS diluito pro forma. Siamo entusiasti per la positiva accoglienza che i consumatori hanno riservato a molti dei dispositivi che recentemente abbiamo presentato. Manteniamo costante la nostra attenzione sull'innovazione e sulla diversificazione della nostra offerta di prodotto per proseguire a cogliere opportunità di crescita” ha commentato Cliff Pemble, President e Chief Executive Officer di Garmin. “Grazie alla forte partenza abbiamo alzato le stime per i ricavi e per l'EPS del 2014 a 2,85 milioni di dollari e un EPS nel range di 2,95-3,05 dollari”.

### Outdoor

Il settore outdoor ha fatto registrare una leggera decrescita dei ricavi rispetto alle forti performance raggiunte nel secondo trimestre del 2013. Il margine lordo e operativo hanno avuto una contrazione rispetto allo scorso anno per le scorte di magazzino e per gli investimenti in advertising legati al lancio della nuova action camera VIRB™. Abbiamo anche ampliato la nostra gamma di prodotto con l'introduzione di Approach™S6, un orologio GPS per il golf con touchscreen a colori ad alta risoluzione e dotato di funzioni innovative per lo swing, come SwingTempo, TempoTraining e SwingStrength™.

### **Fitness**

I ricavi del settore Fitness sono cresciuti del 79% grazie alla forza sul mercato di vïvofit™, il nostro primo activity tracker e all'introduzione dei nuovi dispositivi per il ciclismo e per il running: Edge® 1000 e Forerunner® 15, 220 e 660. I margini lordi si sono mantenuti invariati al 65% anno su anno mentre quelli operativi sono aumentati del 42% perché la crescita delle vendite ha significativamente sorpassato la crescita delle spese. Molto si è detto sull'affollamento di questo mercato ma Garmin rafforza il proprio impegno nella comprensione dei desideri dei consumatori attraverso una gamma sempre più ricca di prodotti per il fitness e per il wellness. In questo modo sarà possibile mantenere la leadership di settore e la crescita dei ricavi da questo mercato.

### **Aviazione**

Il settore dell'aviazione ha visto una crescita dei ricavi del 11% grazie all'apporto del comparto OEM. Il margine lordo e operativo sono cresciuti del 74% e del 29%. Durante il trimestre c'è stata la certificazione finale e la prima consegna del Cessna Citation X+ equipaggiato con Garmin G5000. Durante la seconda metà del 2014 ci saranno ulteriori certificazioni per il G3000 destinato ai modelli CJ3+ e Alpine Edition CJ2+ . Garmin continuerà il proprio sforzo per ottenere nuove certificazioni dei propri prodotti per aumentare i ricavi durante il 2015, come per esempio per il Cessna Latitude, che è slittato per la certificazione finale al 2015 e per i modelli Bell 525 e 505, previsti per il primo volo nella restante parte dell'anno.

### **Nautico**

Il settore nautico ha avuto una crescita dei ricavi del 1% rispetto alla forte performance ottenuta nello stesso periodo del 2013. Se i ricavi sono stati contenuti, la crescita del margine lordo e la diminuzione delle spese operative ha portato a una crescita del 23% del guadagno operativo. La crescita del margine lordo è dovuta a un mix tra nuovi prodotti e maggiori profili di margine. Nel trimestre è stata annunciata l'acquisizione di Fusion Electronics, fornitore leader del sistema audio integrato per il settore nautico. L'acquisizione offre la possibilità di avere una gamma più vasta di dispositivi per il settore nautico sfruttando il know how e la gamma di prodotti dell'azienda acquisita.

### **Auto/Mobile**

Il segmento automotive ha visto un aumento dei ricavi del 2% perché il declino costante dei PND è stato superato dalla crescita dei ricavi del settore OEM e dalla contabilizzazione di ricavi precedentemente rinviati. Il margine lordo e operativo sono stati del 48% e del 21%, un dato migliore rispetto allo scorso anno soprattutto per gli alti margini dei ricavi rinviati. Il mercato PND ha performato meglio del previsto ma le previsioni restano caute e Garmin cercherà di focalizzarsi sulla profittabilità e sull'aumento della propria quota di mercato.

### **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](mailto:francesco.corona@mypr.it)

Lorenzo Pallotti

.....  
[lorenzo.pallotti@mypr.it](mailto:lorenzo.pallotti@mypr.it)

**Garmin Italia**

Maria Aprile

[maria.aprile@garmin.it](mailto:maria.aprile@garmin.it)