

הודעה לעיתונות

13 במרץ, 2013

פרוטרום מדווחת על תוצאות שיא לשנת 2012:
צמיחה חדה של 19.2% בהכנסות ל-618 מיליון דולר
ה-EBITDA זינק לשיא של מעל 100 מיליון דולר
הרווח הנקי הגבוה בתולדות החברה - 52 מיליון דולר
שיא בתזרים המזומנים לכ-91 מיליון דולר

שיא גם בתוצאות הרבעון הרביעי עם הכנסות של 145 מיליון דולר, EBITDA של 20.7 מיליון דולר ותזרים מזומנים של כ-29 מיליון דולר

צמיחה שנתית של כ 24% בפעילות הטעמים שהגיעה לכ-74% מסך

מכירות פרוטרום

צמיחה של 60% בפעילות בשווקים המתפתחים

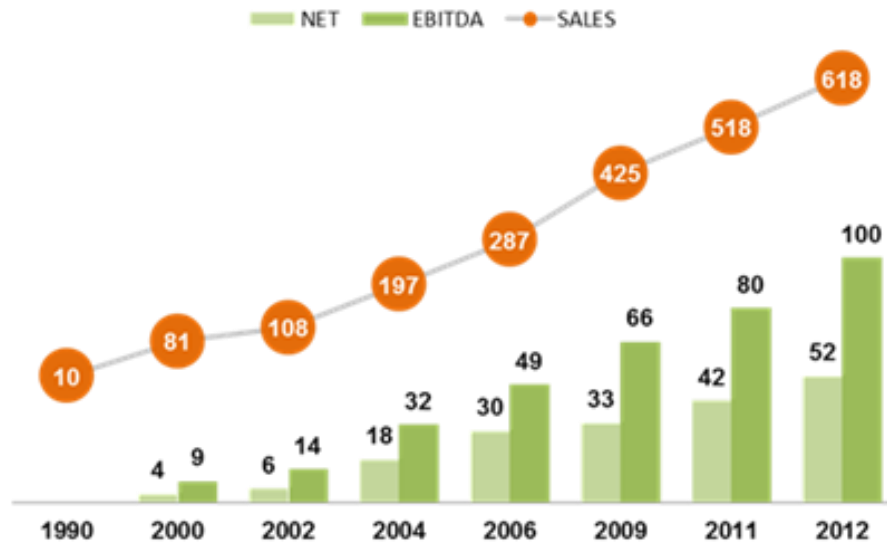
תוך האצת ההתרחבות לשווקי יעד בעלי שיעורי צמיחה גבוהים

הצמיחה בפעילות הטעמים בארה"ב, השוק הגדול בעולם, הגיעה לכ-43%

ציפייה להשגת חסכונות משמעותיים נוספים בהיקף שנתי של כ-10 מיליון דולר

פרוטרום, אחת החברות המובילות בעולם בתחום הטעמים וחומרי הגלם הייחודיים, מדווחת על שנת שיא בתוצאותיה הכספיות לשנת 2012: מכירות של כ-618 מיליון דולר, ה-EBITDA חצה את רף 100 מיליון דולר, הרווח הנקי גדל לכ-52 מיליון דולר, כ-8.4% מסך המכירות, ותזרים המזומנים זינק בכ-156% והגיע לכ-91 מיליון דולר. פרוטרום מיישמת בהצלחה, זה כעשור, את אסטרטגיית הצמיחה המהירה והרווחית, המתבטאת בצמיחה פנימית ובביצוע רכישות אסטרטגיות, שהובילה אותה לגידול עקבי בקצב שנתי ממוצע של 19% ולשיפור ניכר ברווח הגולמי, ברווח התפעולי, ב-EBITDA, ברווח הנקי, בתזרים וברווח למניה.





ב-2012 המשיכה פרוטרם לפעול בנחישות ליישום מוצלח של אסטרטגיית הצמיחה המהירה והרווחית. פרוטרם הגדילה מהותית את נתח הפעילות של תחום הטעמים, הרווחי יותר מבין פעילויות החברה, לכ-74% מסך המכירות, והאיצה את התרחבותה לשוקי יעד בעלי שיעורי צמיחה גבוהים יותר שבאה לידי ביטוי בצמיחה של כ-60% ב-2012 בשווקים המתפתחים של סין ודרום מזרח אסיה, מרכז ודרום אמריקה, מרכז ומזרח אירופה ואפריקה. במקביל, נמשכה הצמיחה המהירה של פעילות הטעמים של החברה בארה"ב, השוק הגדול בעולם לתמציות טעם, אשר הסתכמה ב-2012 בכ-43%.

תוצאות אלה הושגו בתוך זמן קצר יחסית מאז השלימה פרוטרם את שמונה הרכישות האסטרטגיות האחרונות שביצעה, שלוש מהן בתחילת שנת 2012. מיזוג כל שמונה הפעילויות שנרכשו מתקדם בהצלחה ועל פי התוכניות והן תורמות הן לגידול במכירות והן לשיפור המהותי ברווח. פרוטרם ממשיכה לפעול למימוש אפשרויות ה-Cross-Selling הרבות הנובעות מהרכישות ולניצול מירבי של היכולות הטכנולוגיות הרבות שנוספו לחברה בעיקבותיהן, ולמימוש החסכוניות הנובעים מאיחוד מערכי המו"פ, המכירות, השיווק, התפעול והרכש. בנוסף, פרוטרם פועלת למימוש תוכניות לאיחוד אתרי ייצור ופעילויות ולהעברת פעילויות אחרות למדינות בהן העלויות התפעוליות נמוכות יותר, תוך ציפייה להשגת חסכוניות משמעותיים נוספים בהיקף שנתי של כ-10 מיליון דולר, שיחלו לבוא לידי ביטוי כבר במחצית השנייה של 2013 ובעיקר בשנת 2014. כמו כן, חיזוק מערך הרכש הגלובלי של פרוטרם יאפשר ניצול יעיל עוד יותר של כוח הקנייה המהותי שהתווסף, תוך המשך הרחבת מעגל הספקים ומתן דגש על קנייה בארצות המקור של חומרי הגלם, במיוחד הטבעיים, המשמשים בייצור מוצריה החברה.

הכנסות פרוטרם צמחו בשנת 2012, בנטרול השפעת מטבעות, בכ-24.2% והגיעו לשיא של כ-618 מיליון דולר, לעומת כ-518.4 מיליון דולר בשנת 2011. זאת חרף תנאי השוק המאתגרים בכלכלה העולמית בכלל ובמערב אירופה בפרט וחרף התחזקות הדולר אל מול שערי המטבעות העיקריים בהם פועלת החברה. במונחים דולריים צמחו ההכנסות בכ-19.2%. הרכישות שביצעה פרוטרם בין השנים 2011-2012 תרמו למכירות של כ-115.5 מיליון דולר ב-2012.

הכנסות החברה בתחום הטעמים גדלו בכ-29.5% בנטרול השפעת מטבעות, והן מהוות כ-74% מסך המכירות של פרוטרם. הצמיחה האורגנית בתחום הטעמים, בנטרול רכישות והשפעת מטבעות, הגיעה ב-2012 לכ-3.1%. **מכירות פרוטרם ברבעון הרביעי של שנת 2012**, בנטרול השפעת מטבעות, צמחו בכ-13.5% והגיעו לשיא לרבעון רביעי של כ-144.9 מיליון דולר לעומת כ-131.6 מיליון דולר ברבעון הרביעי אשתקד. במונחים דולריים צמחו ההכנסות ברבעון בכ-10.1%.

בתחום הטעמים גדלו מכירות החברה ברבעון הרביעי, בנטרול השפעת מטבעות, בכ-15.7% והגיעו לשיא רבעוני של כ-111.7 מיליון דולר. הצמיחה האורגנית בתחום הטעמים ברבעון הגיעה לכ-2%.

הרווח הגולמי ב-2012 גדל בכ-20% והסתכם לכ-226.3 מיליון דולר לעומת כ-188.6 מיליון דולר אשתקד. בנטרול פעילות הסחר והשיווק שנוספה עקב רכישת Etol, שאינה פעילות ליבה בפרוטרם, והוצאות רה-ארגון חד פעמיות הגיע שיעור הרווח הגולמי ל-37.4% זאת לעומת כ-36.4% בשנת 2011.



הרווח הגולמי ברבעון הרביעי של 2012 הסתכם לכ-51.5 מיליון דולר, צמיחה של כ-10.1% בהשוואה לזה ברבעון המקביל. בנטרול פעילות הסחר והשיווק, שנוספה עקב רכישת Etol והוצאות רה-ארגון חד פעמיות, חל שיפור בשיעור הרווחיות הגולמית ברבעון אשר הגיע לכ-36.4% לעומת 35.5% ברבעון המקביל אשתקד.

הרווח התפעולי בשנת 2012 גדל ב-24.2% והגיע לשיא שנתי של כ-72.8 מיליון דולר לעומת כ-58.7 מיליון דולר בשנת 2011. בנטרול הוצאות רה-ארגון ורכישות, הרווחיות התפעולית הגיעה לכ-12% מהמכירות, לעומת 11.7% ב-2011.

הרווח התפעולי ברבעון הרביעי של שנת 2012 גדל בכ-12.9% והסתכם לכ-13.7 מיליון דולר, לעומת 12.2 מיליון דולר ברבעון הרביעי בשנה שעברה. בנטרול הוצאות חד פעמיות בגין רה-ארגון הגיעה הרווחיות התפעולית ברבעון הרביעי ל-10.4% מהמכירות לעומת כ-9.5% ברבעון המקביל בשנת 2011.

ה-EBITDA בשנת 2012, גדל בכ-24.9% והגיע לשיא שנתי של כ-100.4 מיליון דולר. בנטרול הוצאות חד פעמיות (בגין רה-ארגון ורכישות) שיעור ה-EBITDA הגיע לכ-16.5% מהמכירות, לעומת כ-15.1% מהמכירות ב-2011.

ה-EBITDA ברבעון הרביעי של שנת 2012 עלה בכ-13.9% והגיע לכ-20.7 מיליון דולר, לעומת כ-18.1 מיליון דולר בתקופה המקבילה אשתקד. בנטרול הוצאות חד פעמיות בגין רה-ארגון, שיעור ה-EBITDA הגיע ברבעון לכ-15.3% מהמכירות לעומת 14.1% ברבעון הרביעי אשתקד.

הרווח הנקי בשנת 2012 גדל בכ-23.7% והגיע לשיא שנתי של כ-52 מיליון דולר, שיעור של 8.4% מההכנסות, זאת לעומת רווח של 42 מיליון דולר, כ-8.1% מההכנסות.

הרווח הנקי ברבעון הרביעי של שנת 2012 עלה בכ-33.1% והגיע גם הוא לשיא של כ-10.5 מיליון דולר, המהווה 7.3% מההכנסות, לעומת כ-7.9 מיליון דולר ברבעון הרביעי של שנת 2011, אז הוא היווה כ-6% מההכנסות.

שיא ברווח למניה בשנת 2012 שעלה ב-23% והסתכם לכ-0.9 דולר לעומת 0.73 דולר אשתקד. גם **ברבעון הרביעי** שיא ברווח למניה - כ-0.18 דולר לעומת 0.14 דולר ברבעון המקביל אשתקד.

שיפור מהותי בתזרים המזומנים מפעילות שוטפת בשנת 2012 אשר זינק ב-156% והגיע לכ-91.2 מיליון דולר, בהשוואה לכ-35.6 מיליון דולר בשנת 2011. **ברבעון הרביעי** הושג גם כן שיפור ניכר בתזרים שהסתכם ב-28.6 מיליון דולר בהשוואה לתזרים של כ-3.1 מיליון דולר ברבעון המקביל. הגידול בתזרים מפעילות שוטפת נובע מהגידול ברווח, מהפעולות לשמירת רמת הון חוזר אופטימאלית המתאימה לקצב הצמיחה הצפוי, תוך התייחסות לעונתיות ולהיצע חומרי הגלם ומחיריהם (האם להוריד המשפט). בארבע השנים האחרונות השיגה פרוטרם תזרים מזומנים מצטבר של כ-274 מיליון דולר, שתרים גם ליכולתה לבצע רכישות אסטרטגיות מוצלחות.

ההון העצמי של פרוטרם ליום 31 בדצמבר, 2012 הסתכם ב-453.6 מיליון דולר (כ-58.7% מסך המאזן) בהשוואה ל-393.6 מיליון דולר (60.6% מסך המאזן) נכון לסוף 2011. הגידול בהון העצמי נובע ברובו מהגידול ברווח הנקי.

החברה הודיעה על חלוקת **דיבידנד** בסך של 14 מיליון שקל, לאחר תאריך הדוח הכספי, המהווה 0.24 ₪ למניה, גידול של 20% ביחס לשנה קודמת.

לדברי אורי יהודאי, נשיא ומנהל העסקים של פרוטרם: "אנו גאים בתוצאות הכספיות של 2012, המהווה שנת שיא נוספת במכירות, ברווח ובתזרים של פרוטרם, ושהינה תוצאה של יישום מוצלח ושיטתי של אסטרטגיית הצמיחה המהירה והרווחית שלנו. פרוטרם מיישמת בהצלחה זה שנים אסטרטגיה של צמיחה פנימית רווחית לצד ביצוע רכישות וניצול מוצלח של הסינרגיות הרבות הגלומות בהן, כך שהן תורמות כבר בתוך 3-4 רבעונים מרגע הרכישה הן לגידול במכירות והן לשיפור ברווח וברווחיות. הצלחת החברה באיתור החברות הנכונות, זיהוי השווקים הצומחים, חיבור והטמעת חדשנות וטכנולוגיות מובילות, גיוס המנהלים המובילים בחברות הנרכשות לשדרת הניהול של פרוטרם וניצול הזדמנויות עסקיות תוך ביצוע רכישות במכפילים נכונים – כל אלה מעניקים כיום לפרוטרם פלטפורמה מצוינת ויתרון לגודל שלא היה לה קודם לכן."

"ב-2012 ביצעה פרוטרם קפיצת מדרגה משמעותית נוספת בחיזוק מעמדה כאחת מהחברות הגדולות והמובילות בעולם בתחום תמציות הטעם וחומרי הגלם הייחודיים ושוב שהצלחנו למנף את שילובן ומיזוגן של הפעילויות הנרכשות לפעילותה הגלובאלית של הקבוצה. הדבר התאפשר הודות לכמה מהלכים אסטרטגיים בהם נקטנו ובכלל זה המשך מיקוד הפעילות בתחום הטעמים הצומח והרווחי ביותר, הרחבת הפעילות בשווקים המפותחים והאצת הכניסה לשווקים המתפתחים המתאפיינים בצמיחה ובשיעורי רווחיות גבוהים, שימת דגש על מוצרים טבעיים שהביקוש להם גדל בקצב ממוצע גבוה יותר ממוצרים שאינם טבעיים, בניית יתרון תחרותי באמצעות הרחבת סל מוצרים ייחודי שמבטיח ערך מוסף משמעותי ללקוחותינו, פיתוח יכולות ייחודיים לשלב פתרונות טעם וחומרי גלם בעלי ערכים בריאותיים מוספים, חיזוק מערכי המחקר והפיתוח, הייצור, השיווק והמכירות והמשך בחינה של אפשרויות לרכישות אסטרטגיות נוספות."



"פרוטרום מתכוונת להמשיך ולהאיץ את הצמיחה בשווקים המפותחים והמתפתחים כאחד. הפתרונות הייחודיים של פרוטרום מבוססים על חדשנות ומשלבים טעם ובריאות לפלח שוק של לקוחות רב לאומיים גדולים, כמו גם בהתמקדות בלקוחות בינוניים ומקומיים בשווקים מפותחים ומתפתחים בדגש מיוחד על לקוחות המותג הפרטי (Private Label). לפרוטרום אלפי פתרונות טעם ובריאות שונים, המותאמים לצרכי לקוח ספציפי (Tailor-Made) ומתוך זיהוי והתאמה מוקדמת של הפתרונות להעדפות הצרכניות המשתנות ולדרישות העתידיות של הלקוחות.

"בכוונתנו להמשיך ולהשקיע באזורים הצומחים, לרבות באסיה, במרכז ודרום אמריקה, במרכז ובמזרח אירופה ובאפריקה לאחר שנתח המכירות שלנו בשווקים המתפתחים גדל מ-27% ב-2010 ל-36% ב-2012 ובמדינות ה-BRIC גדלו מכירותינו השנה בכ-31%. בו בזמן, כתוצאה מכך, נתח המכירות בשווקי מערב אירופה (שגדלו אף הן) ירד מ-51% ב-2010 לכ-42% השנה.

"במבט ל-2013, פרוטרום ניצבת כיום בעמדת זינוק נוספת עם תשתית איתנה להמשך צמיחה ושיפור רווחיות. הצמיחה המהירה, המשך התייצבות מחירי חומרי הגלם המשמשים אותנו ביצור מוצרינו, יחד עם תרומת המשך מימוש תהליכי ההתייעלות ושיפור מבנה העלויות שלנו, תוך ניצול מירבי של אתרינו בעולם, חיזוק מערך הרכש הגלובאלי והמיזוג המוצלח של הרכישות האחרונות שביצענו, יביאו לשיפור רווחיותנו העתידית. מבנה ההון של החברה ורמת החוב נטו שלה העומדת על כ-136.1 מיליון דולר בלבד בתמיכת תזרים המזומנים החזק יאפשרו לנו להמשיך ולממש את אסטרטגיית הצמיחה המהירה שלנו בהצלחה תוך המשך חיזוק כושר התחרות והמשך עמידה ביעדינו העסקיים."

אודות פרוטרום:

פרוטרום היא חברה רב לאומית הפועלת בשוקי התמציות וחומרי הגלם העולמיים. לפרוטרום מרכזי ייצור ופיתוח משמעותיים בשלוש יבשות, והיא משווקת ומוכרת מעל 30,000 מוצרים בחמש יבשות למעל 14,000 לקוחות ביותר מ-140 מדינות. מוצרי פרוטרום מיועדים לתעשיות המזון והמשקאות, תמציות הטעם והריח, התרופות, צמחי המרפא (Nutraceuticals), מזון הבריאות והמזון הפונקציונלי (Functional Food), תוספי המזון, והקוסמטיקה. לפרוטרום, המעסיקה כ-2,020 עובדים ברחבי העולם, 2 פעילויות עיקריות:

- פעילות הטעמים, העוסקת בפיתוח, ייצור ושיווק של תמציות טעם (Flavor Compounds) ו Food Systems.
 - פעילות חומרי הגלם, העוסקת בפיתוח, ייצור ושיווק של מיצויי טעם טבעיים (Natural Flavor Extracts), רכיבי מזון פונקציונלי טבעיים (Natural Functional Food Ingredients), מיצויים טבעיים מצמחי מרפא (Natural Pharma/Nutraceutical Extracts), שמנים אתריים ומוצרי הדרים ייחודיים וכימיקלים ארומטיים.
- מוצרי פרוטרום מיוצרים במפעליה בארה"ב, אנגליה, שוויץ, גרמניה, סלובניה, איטליה, ישראל, סין ותורכיה. מערך השיווק הגלובלי שלה כולל את אגפי השיווק בישראל, ארה"ב, אנגליה, שוויץ, גרמניה, בלגיה, הולנד, דנמרק, צרפת, איטליה, הונגריה, רומניה, רוסיה, אוקראינה, פולין, קזחסטן, ברוס, תורכיה, ברזיל, מקסיקו, קוסטה ריקה, סין, יפן, הונג קונג, הודו ואינדונזיה. כמו כן מפעילה החברה סוכנים ומפיצים מקומיים ברחבי העולם.

למידע נוסף, אנא בקרו באתר החברה: www.frutarom.com

