

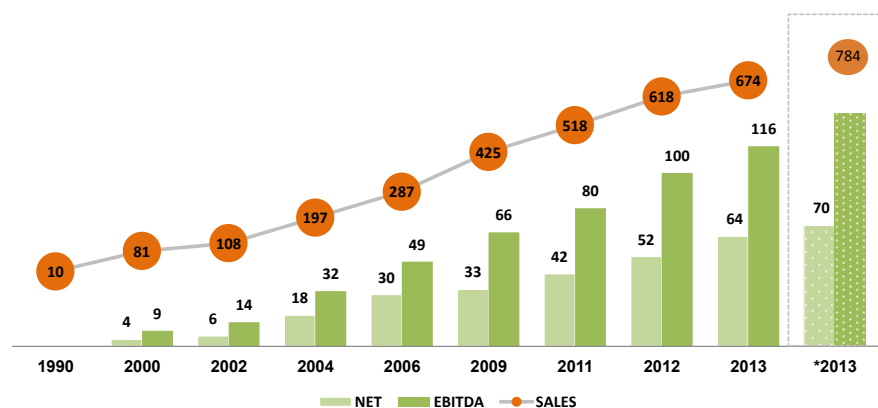
## הודעה לעיתונות

19 במרץ, 2013

### אסטרטגיית הצמיחה המהירה והרווחית מובילה את פרוטרום לתוצאות שיא ב-2013 וברבעון הרביעי של השנה

**צמיחה של 9% במכירות ב-2013 ל-674 מיליון דולר;  
עלייה של 15.5% ב-EBITDA ל-116 מיליון דולר;  
גידול חד של 22% ברווח הנקי ל-64 מיליון דולר;**

- זינוק ברווחיות הגולמית של עסקי הליבה, הכוללים את פעילות הטעמים וחומרי הגלם הייחודיים (בנטרול הוצאות חד פעמיות) לכ-39.8% מסך המכירות, לעומת 37.6% ב-2012;
- ה-EBITDA מעסקי הליבה (בנטרול הוצאות חד פעמיות) הגיע לשיא של 119.5 מיליון דולר, כ-18.8% מסך המכירות;
- הרווח הנקי בשנת 2013 (בנטרול הוצאות חד פעמיות) הגיע לשיא שנתי של כ-67.5 מיליון דולר (כ-10% מסך ההכנסות);
- זינוק של 32% במכירות ברבעון הרביעי ל-192 מיליון דולר המשקף (צמיחה אורגנית של 6.2%);
- ה-EBITDA ברבעון הרביעי מעסקי הליבה (בנטרול הוצאות החד פעמיות), עלה בכ-41.0% והגיע לכ-30.7 מיליון דולר, כ-17.9% מהמכירות;
- הרווח הנקי ברבעון הרביעי (בנטרול הוצאות החד פעמיות) עלה בכ-49.9% והגיע לכ-17.2 מיליון דולר, כ-9% מהמכירות;
- מכירות פרוטרום בשנת 2013, באיחוד הרכישות, היו מגיעות לכ-784 מיליון דולר והרווח הנקי לכ-70 מיליון דולר;
- עלייה משמעותית בנתח ההכנסות מהשווקים המתפתחים שהגיע לכ-46% (באיחוד הרכישות של 2013);



\* 2013 - מכירות ורווח נקי בשילוב ארבע הרכישות שבוצעו בשנת 2013, לוי היו נרכשות ב-1.1.2013



## אורי יהודאי, נשיא ומנהל העסקים הראשי של פרוטרום:

" שנת 2013 היא שנת שיא נוספת בה השגנו קפיצת מדרגה משמעותית במיצובה ובתוצאותיה של פרוטרום. היישום המוצלח של האסטרטגיה שלנו, המשלבת צמיחה פנימית רווחית עם רכישות אסטרטגיות הוביל לכך שהצלחנו להשיג יעדים אסטרטגיים חשובים וביניהם שינוי אסטרטגי בתמהיל המוצרים תוך הגדלה מהותית בנתח פעילות הטעמים, הרווחית יותר, ושיפור בתמהיל המוצרים של פעילות חומרי הגלם הייחודיים, שינוי בתמהיל המכירות הגיאוגרפי תוך הגדלה מהותית של נתח המכירות בשווקים המתפתחים ובארה"ב, שיפור שיעורי הרווחיות והרווח תוך ניצול אופטימיזציה המשאבים שלנו, גם בעקבות הרכישות, תוך יצירת חסכוניות תפעוליים וחיזוק כושר התחרות שלנו והמשך ביסוס מעמדנו כאחת מעשר החברות הגדולות והמובילות בעולם בתחום הטעם וחומרי הגלם הייחודיים, הממוצבת בצומת ובחיבור של העולמות הצומחים של הטעם והבריאות.

אנחנו רואים פוטנציאל משמעותי לקפיצת מדרגה נוספת במכירות וברווח בשנים הקרובות. אנו ממשיכים לפעול למימוש אפשרויות ה-Cross-Selling הרבות הנובעות מהרכישות שביצענו בשנים האחרונות, 4 מהן בוצעו בחודשים האחרונים ותרמו באופן חלקי ביותר לתוצאות ב-2013. בנוסף אנחנו פועלים לניצול מירבי של היכולות הטכנולוגיות הרבות שנוספו לנו בעקבות הרכישות וכן לביצוען של רכישות סינרגיות נוספות. אנחנו ממשיכים לממש בהצלחה את הפרויקטים להתייעלות ולאופטימיזציה המשאבים שלנו שהחלו לבוא לידי ביטוי במהלך המחצית השנייה של שנת 2013, כולל הקמת מערך רכש גלובלי ואיחוד מפעלים, ופועלים לנצל גם את ההזדמנויות המשמעותיות לסינרגיות תפעוליות אשר נוצרו בעקבות הרכישות האחרונות.

אני מאמין שפעולות אלה בשילוב המשך המימוש המוצלח של אסטרטגיית הצמיחה המהירה והרווחית שלנו, יחד עם צנרת רכישות עתידיות חזקה יובילו לקפיצת מדרגה משמעותית נוספת הן במכירות והן ברווח וברווחיות של פרוטרום. יעד מכירות של מיליארד דולר ורווחיות EBITDA של 20% בעסקי הליבה, יהווה קרש קפיצה נוסף להמשך צמיחתה של פרוטרום, תוך המשך השאת ערך לבעלי המניות שלנו".

**פרוטרום תעשיות בע"מ ("פרוטרום"),** אחת מעשר החברות הגדולות בעולם בתחום הטעמים וחומרי הגלם הייחודיים, מדווחת על זינוק חד בהכנסות וברווחיות ב-2013. ההכנסות הסתכמו בכ-674 מיליון דולר, רווח ה-EBITDA (בנטרול הוצאות חד פעמיות) צמח בכ-18.2% לכ-120.5 מיליון דולר והרווח הנקי (בנטרול הוצאות חד פעמיות) צמח בכ-28.3% לכ-67.5 מיליון דולר. שיאים הושגו גם ברווח הגולמי, ברווח התפעולי וברווח למניה. **מכירות פרוטרום היו מגיעות לכ-784 מיליון דולר והרווח הנקי לכ-70 מיליון דולר אם ארבע החברות שרכשה פרוטרום במהלך 2013 היו מתבצעות ב-1.1.2013.**

תוצאות השיא לשנה ולרבעון הושגו הודות להרחבה משמעותית של פעילות החברה בשווקים מתפתחים עם שיעורי צמיחה גבוהים יותר ובארה"ב, שילובן המוצלח של כל שמונה הרכישות שבוצעו בשנים 2011 ו-2012 עם פעילותה הגלובלית של פרוטרום, והתורמות הן לגידול במכירות והן לשיפור ברווח וברווחיות, שיפור בתמהיל המוצרים, הנובע מפיתוח מוצרים חדשים ששיעור הרווחיות בהם גבוה, מהתייבבות במחירי חומרי הגלם המשמשים את פרוטרום בייצור מוצריה וכן מהשפעת הפעולות בהן נוקטת פרוטרום לניצול הסינרגיות התפעוליות הרבות הנובעות, בין היתר, מהרכישות שביצעה לאחרונה ואשר באו לידי ביטוי חלקי בלבד בתוצאותיה ב-2013. מיזוג חמש הרכישות שבוצעו ב-2013 ו-2014 (גינדרי בדרום אפריקה, PTI ברוסיה, Aroma בגוואטמלה, הגלין האמריקאית (לה מכירות גם באפריקה ובאמריקה הלטינית), ו-CitraSource האמריקאית) מתקדם בהצלחה והן תתרומנה להמשך הצמיחה במכירות וברווח של פרוטרום כבר ב-2014 ובשנים הבאות.

תהליכי מיזוג הפעילויות וההתייעלות, הכוללים, איחוד אתרי ייצור, איחוד פעילויות והעברת פעילויות למדינות בהן העלויות התפעוליות נמוכות יותר, החלו לתרום לשיפור בתוצאות פרוטרום במחצית השנייה של שנת 2013 ויבואו לידי ביטוי מלא ב-2014. תהליכים אלה, ביחד עם פעולות התייעלות נוספות המתוכננות לשנת 2014 והמשך בניית מערך רכש גלובלי ומיזוג הרכישות שבוצעו לאחרונה, יתרמו להמשך השיפור בתוצאותיה של פרוטרום בשנים הבאות.

יישומה המוצלח של אסטרטגיית פרוטרום בשנים האחרונות לשינוי בתמהיל המכירות הגיאוגרפי שלה תוך הגדלה מהותית של נתח המכירות בשווקים מתפתחים, בעלי שיעורי צמיחה גבוהים יותר, ובארה"ב, הביאה לכך שמכירות פרוטרום (בשילוב 4 הרכישות שנעשו ב-2013 לו אוחדו מתחילת השנה), שולשו בשווקים המתפתחים והוכפלו בארה"ב (ביחס לשנת 2010). בו בזמן, פעילות הטעמים בארה"ב, בה התמקדה החברה, גדלה פי ארבעה. כתוצאה מעליית נתח המכירות בשווקים המתפתחים ובארה"ב, מהווה היום נתח המכירות במערב אירופה 34% לעומת 51% בשנת 2010.



פרוטרום גם הצליחה בהשגת יעדה להגדיל מהותית את נתח הפעילות של תחום הטעמים, הרווחי יותר מבין פעילויות החברה. ב-2013 תחום הטעמים מהווה כבר כ-73% מסך מכירות פרוטרום לעומת כ-33% בשנת 2000. במקביל פעלה פרוטרום לשיפור תמהיל המוצרים בפעילות חומרי הגלם היחודיים. החדרה מוצלחת של מוצרים חדשים בעלי שיעורי רווח גבוהים יותר תרמה לעליה במכירות פעילות חומרי הגלם היחודיים ולשיפור ברווחיותה, מגמה שפרוטרום צופה שתמשיך בשנים הבאות.

## מכירות

**מכירות פרוטרום צמחו בשנת 2013 בכ-9%** והגיעו לשיא מכירות שנתי של כ-**673.7** מיליון דולר, לעומת כ-618 מיליון דולר בשנת 2012. השפעת המטבעות היתה זניחה. הרכישות שבוצעו ב-2013 תרמו 37 מיליון דולר למכירות פרוטרום ב-2013. בנטרול תרומת הרכישות צמחו המכירות השנה בכ-3%.

**מכירות פרוטרום ברבעון הרביעי של שנת 2013 צמחו בכ-32.4%** והגיעו לשיא לרבעון רביעי של כ-**191.8** מיליון דולר לעומת כ-144.9 מיליון דולר ברבעון הרביעי של שנת 2012. השפעת המטבעות תרמה לצמיחה במכירות הרבעון של כ-1.6% (כ-2.3 מיליון דולר). הרכישות שבוצעו ברבעון תרמו כ-35.9 מיליון דולר למכירות הרבעון. הצמיחה האורגנית ברבעון הרביעי, בנטרול תרומת הרכישות והשפעת המטבעות, הגיעה לכ-6.2% בהשוואה לרבעון הרביעי של שנת 2012.

**בתחום הטעמים צמחו המכירות השנתיות בכ-8.1%** לעומת שנת 2012 והגיעו לשיא של כ-494.4 מיליון דולר לעומת כ-457.3 מיליון דולר ב-2012. הצמיחה המואצת בתחום הטעמים, הרווחי יותר מבין פעילויות פרוטרום, נובעת מצמיחה פנימית ומהרכישות שתרמו למכירות כ-21.7 מיליון דולר. בנטרול תרומת הרכישות צמחו מכירות הטעמים בכ-3.3%.

**מכירות פרוטרום בתחום הטעמים ברבעון הרביעי של שנת 2013 גדלו בכ-24.6%**, הגיעו לשיא לרבעון רביעי של כ-139.3 מיליון דולר, לעומת כ-111.7 מיליון דולר ברבעון המקביל אשתקד. השפעת המטבעות תרמה לצמיחה כ-1.6%. הרכישות שבוצעו ברבעון הרביעי של 2013 תרמו כ-20.6 מיליון דולר למכירות בתחום הטעמים הרבעון. **הצמיחה האורגנית בתחום הטעמים, בנטרול תרומת הרכישות והשפעת המטבעות, הגיעה ברבעון לכ-4.6%** בהשוואה לרבעון הרביעי של שנת 2012.

**בתחום חומרי הגלם הייחודיים גדלו המכירות השנתיות בכ-3.4%** והגיעו לכ-145.6 מיליון דולר לעומת כ-140.8 מיליון דולר ב-2012.

**מכירות פרוטרום בתחום חומרי הגלם הייחודיים גדלו ברבעון הרביעי של 2013 בכ-14.4%** והסתכמו לכ-33.8 מיליון דולר לעומת כ-29.5 מיליון דולר ברבעון הרביעי בשנה הקודמת. השפעת המטבעות ברבעון תרמה כ-1.5%. **הצמיחה האורגנית בתחום חומרי הגלם הייחודיים היתה 12.9%** לעומת הרבעון המקביל בשנת 2012.

לצמיחה הרווחית במכירות פעילות חומרי הגלם הייחודיים בשנת 2013 וברבעון הרביעי, תרמו מוצרים חדשניים בעלי ערך מוסף גבוה, שפותחו במעבדות החברה בשנים האחרונות.

**המכירות השנתיות בתחום הסחר והשיווק (שאינו פעילות ליבה של פרוטרום) גדלו בכ-17.4%** מיליון דולר לעומת שנת 2012 והגיעו לכ-39.7 מיליון דולר בשנת 2013.

**המכירות בתחום הסחר והשיווק ברבעון הרביעי של 2013 הגיעו לכ-19.9%** מיליון דולר לעומת כ-4.3 מיליון דולר ברבעון המקביל אשתקד.

פעילות הסחר והשיווק, שגדלה בעקבות הרכישות של אתול ובעיקר - PTI, מתמקדת בעיקר במרכז ובמזרח אירופה ובישראל. פעילות הסחר והשיווק של PTI, שנרכשה ברבעון הרביעי של השנה, תרמה את רוב הגידול במכירות ברבעון ובשנה כולה, כ-15.3 מיליון דולר.

## רווח גולמי

**הרווח הגולמי השנתי של עסקי הליבה (פעילות הטעמים ופעילות חומרי הגלם הייחודיים) בנטרול הוצאות חד פעמיות (בעיקר בגין רכישות, בסך של כ-1.8 מיליון דולר) עלה בכ-12.7%** והגיע ל-252.5 מיליון דולר. **הרווחיות הגולמית של עסקי הליבה (בנטרול ההוצאות החד פעמיות כאמור) הגיעה לכ-39.8%** לעומת רווחיות גולמית של כ-37.6% בשנת 2012.

הרווח הגולמי של כלל פעילות פרוטרום (בנטרול הוצאות חד פעמיות) עלה בכ-14.1% לכ-258.5 מיליון דולר (כ-38.4% מכלל ההכנסות) לעומת כ-226.7 מיליון דולר (36.7% מכלל ההכנסות) בשנת 2012.



הרווח הגולמי של כלל פעילות פרוטרום (ללא נטרול ההוצאות החד פעמיות) עלה בכ-13.5% והגיע לשיא שנתי של כ-256.8 מיליון דולר (כ-38.1% מכלל ההכנסות) לעומת כ-226.3 מיליון דולר בשנת 2012 (כ-36.6% מכלל ההכנסות).

**ברבעון הרביעי הרווח הגולמי** מעסקי הליבה של פרוטרום (פעילות הטעמים ופעילות חומרי הגלם היחודיים) בנטרול הוצאות חד פעמיות (בעיקר בגין רכישות, בסך של כ-1.7 מיליון דולר) עלה בכ-32.1% והגיע לכ-67.9 מיליון דולר. הרווחיות הגולמית מעסקי הליבה (בנטרול ההוצאות החד פעמיות כאמור) הגיעה ברבעון הרביעי של 2013 לכ-39.5% לעומת כ-36.5% ברבעון הרביעי של שנת 2012.

הרווח הגולמי ברבעון הרביעי של 2013 לכלל פעילות פרוטרום (בנטרול ההוצאות החד פעמיות), עלה בכ-38.6% והגיע לשיא לרבעון רביעי של כ-71.9 מיליון דולר (כ-37.5% מההכנסות) לעומת כ-51.9 מיליון דולר (כ-35.8% מההכנסות) ברבעון המקביל בשנת 2012.

הרווח הגולמי ברבעון הרביעי של 2013 של כלל פעילות פרוטרום (ללא נטרול ההוצאות החד פעמיות) עלה בכ-36.3% והגיע לשיא לרבעון רביעי של כ-70.2 מיליון דולר (כ-36.6% מההכנסות) לעומת כ-51.5 מיליון דולר (כ-35.5% מההכנסות) ברבעון המקביל בשנת 2012.

לשיפור ברווח וברווחיות הגולמית בשנת 2013 וברבעון הרביעי תרמו הצמיחה הפנימית במכירות, השיפור בתמהיל המוצרים בעסקי הליבה והתייצבות מחירי חומרי הגלם המשמשים את פרוטרום ליצור מוצריה. השפעת הפעולות בהן נוקטת פרוטרום לניצול הסינרגיות התפעוליות הרבות הנובעות, בין היתר, מהרכישות שביצעה לאחרונה באה לידי ביטוי חלקי בלבד בתוצאותיה ב-2013 ותמשיך לבוא לידי ביטוי ולתרום לתוצאותיה ב-2014 ובשנים הבאות. פרוטרום פועלת להמשך חיזוק ובניית מערך הרכש הגלובלי שלה, תוך ניצול כח הקניה שנוסף לה כתוצאה מהרכישות שביצעה לאחרונה ותוך המשך הרחבת מעגל הספקים ודגש על קנייה בארצות המקור של חומרי הגלם (במיוחד הטבעיים) המשמשים ביצור מוצריה. מערך הרכש הגלובלי יתרום גם הוא להמשך מגמת השיפור ברווח וברווחיות.

## רווח תפעולי ו-EBITDA

**הרווח התפעולי השנתי** מעסקי הליבה (פעילות הטעמים ופעילות חומרי הגלם הייחודיים), בנטרול ההוצאות החד פעמיות, עלה בשנת 2013 בכ-24.1% והגיע לכ-91.0 מיליון דולר (כ-14.3% מהמכירות) לעומת כ-73.3 מיליון דולר (כ-12.3% מהמכירות) בשנת 2012.

הרווח התפעולי של כלל פעילות פרוטרום (בנטרול ההוצאות החד פעמיות) עלה בשנת 2013 בכ-23.6% לכ-91.9 מיליון דולר (כ-13.6% מכלל המכירות). הרווח התפעולי של כלל פעילות פרוטרום (ללא נטרול ההוצאות החד פעמיות) עלה בשנת 2013 בכ-19.1% והגיע לשיא שנתי של כ-86.8 מיליון דולר (כ-12.9% מהמכירות) לעומת כ-72.8 מיליון דולר (כ-11.8% מהמכירות) אשתקד.

**הרווח התפעולי ברבעון הרביעי** מעסקי הליבה (פעילות הטעמים וחומרי הגלם הייחודיים) בנטרול הוצאות חד פעמיות (בסך כולל של כ-2.9 מיליון דולר) עלה בכ-54.1% והגיע לכ-22.9 מיליון דולר (כ-13.3% מהמכירות) לעומת כ-14.8 מיליון דולר (כ-10.6% מהמכירות) ברבעון הרביעי אשתקד.

הרווח התפעולי של כלל פעילות פרוטרום, ברבעון הרביעי (בנטרול ההוצאות החד פעמיות) עלה בכ-55.1% והגיע לשיא של כ-23.3 מיליון דולר (כ-12.1% מהמכירות) לעומת כ-15.0 מיליון דולר (כ-10.4% מהמכירות) ברבעון המקביל אשתקד.

הרווח התפעולי ברבעון הרביעי של כלל פעילות פרוטרום (ללא נטרול ההוצאות החד פעמיות) עלה בכ-48.4% והגיע לשיא ברבעון של כ-20.3 מיליון דולר (כ-10.6% מהמכירות) לעומת כ-13.7 מיליון דולר (כ-9.5% מהמכירות) ברבעון המקביל אשתקד.

**ה-EBITDA השנתי** מעסקי הליבה (הכוללות את פעילות הטעמים וחומרי הגלם הייחודיים) בנטרול ההוצאות החד פעמיות, עלה בשנת 2013 בכ-18.4% והגיע לכ-119.5 מיליון דולר (כ-18.8% מהמכירות) לעומת כ-100.9 מיליון דולר (כ-16.9% מהמכירות) בשנת 2012.

ה-EBITDA של כלל פעילות פרוטרום (בנטרול ההוצאות החד פעמיות) עלה בשנת 2013 בכ-18.2% והגיע לשיא שנתי של כ-120.5 מיליון דולר (כ-17.9% מהמכירות), לעומת כ-101.9 מיליון דולר בתקופה המקבילה אשתקד (כ-16.5% מהמכירות).

ה-EBITDA של כלל פעילות פרוטרום בשנת 2013 (ללא נטרול ההוצאות החד פעמיות) עלה בכ-15.5% והגיע לשיא שנתי של כ-116.0 מיליון דולר (כ-17.2% מהמכירות), לעומת כ-100.4 מיליון דולר בתקופה המקבילה אשתקד (כ-16.2% מהמכירות).

**ה-EBITDA ברבעון הרביעי** של שנת 2013 מעסקי הליבה ובנטרול ההוצאות החד פעמיות, עלה בכ-41.0% והגיע לכ-30.7 מיליון דולר (כ-17.9% מהמכירות), לעומת כ-21.8 מיליון דולר בתקופה המקבילה אשתקד (כ-15.5% מהמכירות).



ה-EBITDA של כלל פעילות פרוטרום ברבעון (בנטרול ההוצאות החד פעמיות) עלה בכ-42.1% והגיע לשיא של כ-31.2 מיליון דולר (כ-16.2% מהמכירות), לעומת כ-21.9 מיליון דולר בתקופה המקבילה אשתקד (כ-15.1% מהמכירות).

ה-EBITDA של כלל פעילות פרוטרום (בלא נטרול ההוצאות החד פעמיות) עלה ברבעון הרביעי בכ-36.9% והגיע לשיא לרבעון רביעי של כ-28.3 מיליון דולר (כ-14.7% מהמכירות), לעומת כ-20.7 מיליון דולר בתקופה המקבילה אשתקד (כ-14.3% מהמכירות).

## רווח נקי, רווח למניה

**הרווח הנקי בשנת 2013**, בנטרול ההוצאות החד פעמיות, עלה בכ-28.3% והגיע לשיא שנתי של כ-67.5 מיליון דולר לעומת כ-52.6 מיליון דולר ב-2012. הרווחיות הנקייה הגיעה לכ-10.0% לעומת כ-8.5% ב-2012. הרווח הנקי בשנת 2013, ללא נטרול ההוצאות החד פעמיות, עלה בכ-22.4% והגיע לשיא שנתי של כ-63.6 מיליון דולר לעומת כ-52.0 מיליון דולר בשנת 2012. הרווחיות הנקייה הסתכמה לכ-9.4% בשנת 2013 בהשוואה לכ-8.4% בשנת 2012.

**הרווח הנקי ברבעון הרביעי של שנת 2013** (בנטרול ההוצאות החד פעמיות) עלה בכ-49.9% והגיע לכ-17.2 מיליון דולר, כ-9% מהמכירות, לעומת כ-11.5 מיליון דולר ברבעון הרביעי של שנת 2012 (7.9% מהמכירות). הרווח הנקי ברבעון הרביעי של שנת 2013 (ללא נטרול ההוצאות החד פעמיות), עלה בכ-41.9% והגיע לשיא לרבעון רביעי של כ-15.0 מיליון דולר, לעומת כ-10.5 מיליון דולר ברבעון הרביעי של שנת 2012 והרווחיות הנקייה הסתכמה לכ-7.8% לעומת כ-7.3% ברבעון המקביל אשתקד.

**הרווח למניה בשנת 2013** (בנטרול ההוצאות החד פעמיות) עלה בכ-27.0% והגיע לשיא של כ-1.16 דולר לעומת כ-0.91 דולר למניה אשתקד.

הרווח למניה (ללא נטרול ההוצאות החד פעמיות) עלה בכ-21.1% והגיע לשיא שנתי של 1.09 דולר לעומת 0.9 דולר אשתקד.

**הרווח למניה ברבעון הרביעי של 2013** (בנטרול ההוצאות החד פעמיות), עלה בכ-49.2% והגיע לשיא של כ-0.29 דולר לעומת כ-0.2 דולר למניה אשתקד.

הרווח למניה ברבעון הרביעי של שנת 2013 (ללא נטרול ההוצאות החד פעמיות) עלה בכ-41.3% והגיע לשיא לרבעון רביעי של של כ-0.26 דולר למניה, לעומת כ-0.18 ברבעון המקביל אשתקד.

## תזרים, דיבידנד והון עצמי

פרוטרום ממשיכה לייצר תזרים מזומנים חזק מפעילות שוטפת שמסייע לה להקטין את רמת החוב שלה ולהמשיך לבצע רכישות אסטרטגיות. סך תזרים המזומנים מפעילות שוטפת **במהלך שנת 2013** הגיע לכ-88.7 מיליון דולר. **במהלך הרבעון הרביעי של 2013** השיגה החברה תזרים מזומנים מפעילות שוטפת של כ-30.6 מיליון דולר.

החברה הודיעה על חלוקת **דיבידנד** של 0.28 ש"ח למניה (כ-16.382 מיליון ₪ סה"כ).

מבנה הונה של פרוטרום (היקף נכסים של כ-970.8 מיליון דולר **והון עצמי של כ-521.1 מיליון דולר** ליום 31 בדצמבר 2013, (המהווה כ-53.7% מסך המאזן) ורמת החוב **נטו** שלה (סך הלוואות בניכוי מזומנים) העומדת על כ-190.7 מיליון דולר ליום 31 בדצמבר 2013, בתמיכת תזרים המזומנים החזק שהיא משיגה מפעילות שוטפת, ביחד עם גיבוי בנקאי, יאפשרו לה, להמשיך ולממש את אסטרטגיית הצמיחה הרווחית והמהירה שהיא מיישמת בשנים האחרונות, כולל על ידי ביצוע רכישות אסטרטגיות, תוך המשך חיזוק כושר התחרות שלה ומעמדה כאחת החברות המובילות בעולם בתחום הטעם וחומרי הגלם היחודיים.

## אודות פרוטרום:

**פרוטרום** היא חברה רב לאומית הפועלת בשוקי התמציות וחומרי הגלם העולמיים. לפרוטרום מרכזי ייצור ופיתוח משמעותיים בארבע יבשות, והיא משווקת ומוכרת מעל 31,000 מוצרים בחמש יבשות למעל 15,500 לקוחות ביותר מ-145 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-2,700 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 הדריים ייחודיים וכימיקלים ארומטיים.

מוצרי פרוטרום מיוצרים במפעליה בארה"ב, אנגליה, רוסיה, שווייץ, גרמניה, סלובניה, איטליה, ישראל, סין תורכיה גוואטמלה וברזיל. מערך השיווק הגלובלי שלה כולל את אגפי השיווק בישראל, ארה"ב, אנגליה, שווייץ, גרמניה, סלובניה, בלגיה, הולנד, דנמרק, צרפת, איטליה, הונגריה, רומניה, רוסיה, אוקראינה, פולין, קזחסטן, בלרוס, תורכיה, ברזיל, מקסיקו, גוואטמלה, קוסטה ריקה, דרום אפריקה, סין, יפן, הונג קונג, הודו ואינדונזיה. כמו כן מפעילה החברה סוכנים ומפיצים מקומיים ברחבי העולם.

למידע נוסף, אנא בקרו באתר החברה: [www.frutarom.com](http://www.frutarom.com)

