

16 מרץ, 2015

פרוטרום מדווחת על שנת שיא נוספת:

צמיחה חדה של 22% בהכנסות לכ-820 מיליון דולר

צמיחה מהירה בפעילות בשווקים המתפתחים המהווים כבר כ-48% מסך המכירות

ה-EBITDA זינק לשיא של 151 מיליון דולר

הרווח הנקי הגבוה בתולדות החברה - כ-88 מיליון דולר

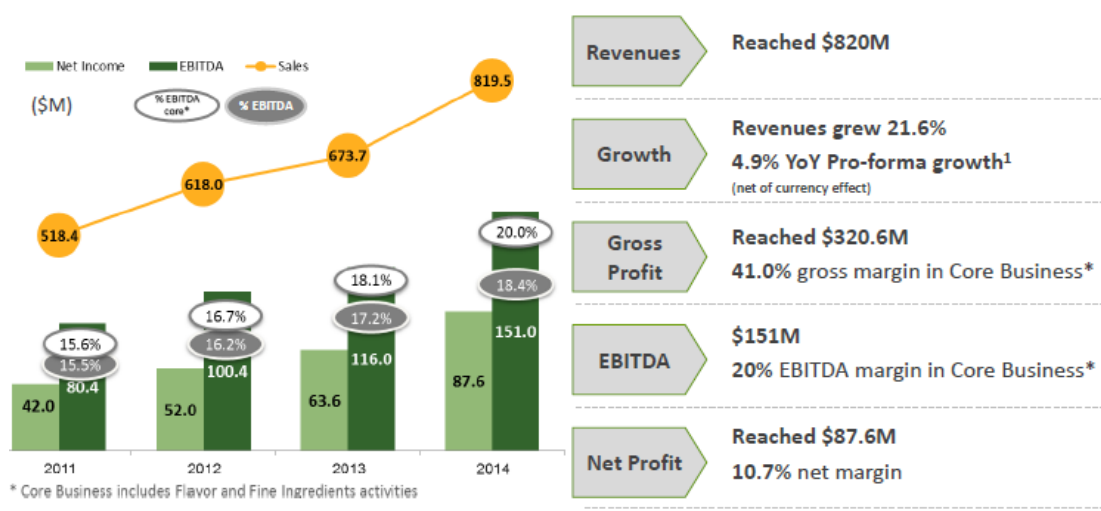
רווחיות שיא בעסקי הליבה של החברה (פעילות הטעמים וחומרי הגלם הייחודיים):

- רווחיות גולמית - 41% ;
- רווחיות תפעולית - 15.7% ;
- רווחיות EBITDA - 20% ;

הכנסות ורווחי שיא גם ברבעון הרביעי של 2014 עם הכנסות של 202 מיליון דולר

מציבה יעד מכירות של יותר מ-1.5 מיליארד דולר ושיעור EBITDA

של מעל 22% בעסקי הליבה עד שנת 2020



אורי יהודאי, נשיא ומנהל העסקים הראשי של פרוטרום:

"אנחנו מאוד מרוצים מהמשך מגמת הצמיחה הרווחית והשיפור המתמשך בתוצאות פרוטרום, שתורמים להשגת שנת שיא נוספת. התוצאות משקפות את המשך יישומה המוצלח של אסטרטגיית הצמיחה המהירה והרווחית שלנו - שילוב של צמיחה פנימית רווחית, בשיעורים גבוהים משיעור הצמיחה בשווקים בהם אנו פועלים, ורכישות אסטרטגיות. האצה בצמיחה הפנימית ותרומת הרכישות, יחד עם השיפור בתמהיל המוצרים והפעולות שאנו נוקטים לאופטימיזציית המשאבים שלנו, הובילו את פרוטרום לקפיצת מדרגה משמעותית נוספת במיצובה התחרותי כשחקן גלובלי מוביל בתחומי הטעמים וחומרי הגלם הייחודיים".



"יישומה המוצלח של אסטרטגית פרטרום בשנים האחרונות, הכוללת בין היתר הרחבה מהותית בהיקף המכירות ונתח השוק בשווקים מתפתחים בעלי שיעורי צמיחה גבוהים יותר ובארה"ב, הביאה להכפלת סך המכירות שלנו בארה"ב, לצמיחה פי 6 של פעילות הטעמים בארה"ב ולשילוש סך המכירות בשווקים המתפתחים בהשוואה לשנת 2010. השווקים המתפתחים מהווים כבר כ-48% מסך מכירות פרטרום, לעומת כ-27% ב-2010".

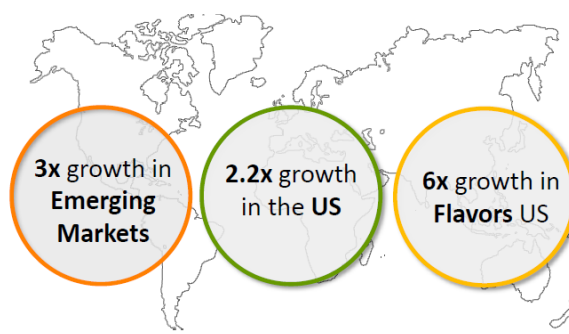
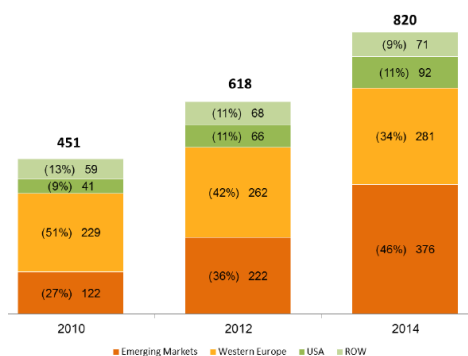
"פרטרום ממוצבת היום עסקית ותחרותית טוב מאי פעם להמשך יישום אסטרטגיית הצמיחה המהירה והרווחית שלה, בין היתר, על ידי ביצוע רכישות אסטרטגיות נוספות בתחומי עסקי הליבה ובשווקי היעד המרכזיים שלה. ניסיונה המוכח של פרטרום בביצוע מוצלח של רכישות ומימוש אפשרויות הסינרגיה הגלומות בהן בשילוב עם צגרת הרכישות החזקה, המשך שיפור בתמהיל המוצרים, והתמקדות בפתרונות המשלבים טעם ובריאות, המשך הרחבת הפעילות בשווקים המתפתחים ובארה"ב והפעולות הננקטות לאופטימיציית המשאבים שלנו, כולל בניית מערך רכש גלובלי - יאפשרו לפרטרום להמשיך את מסע הצמיחה הרווחית שלה בשנים הבאות, תוך השגת יעד מכירות של לפחות 1.5 מיליארד דולר, עם שיעור EBITDA של מעל 22% בפעילויות הילבה שלנו, עד שנת 2020, תוך המשך יצירת ערך גבוה לבעלי המניות שלנו".

פרטרום תעשיות בע"מ ("פרטרום"), אחת משבע החברות הגדולות בעולם בתחום הטעמים וחומרי הגלם הייחודיים, מדווחת על תוצאות שיא לרבעון הרביעי ולשנת 2014 במונחי מכירות, רווח ורווחיות גולמיים, תפעוליים, EBITDA, רווח נקי ורווח למניה. ב-2014 השלימה פרטרום, כמתוכנן, קפיצת מדרגה משמעותית נוספת במסע הצמיחה הרווחית שלה ובמיצובה כשחקן עולמי מוביל בתחומי הטעם וחומרי הגלם הטבעיים. מכירות החברה ב-2014 צמחו ב-21.6% והגיעו לשיא של כ-820 מיליון דולר.

מגמת השיפור ברווח וברווחיות של עסקי הליבה, הכוללים את פעילות הטעמים וחומרי הגלם הייחודיים, נמשכת. שיעור הרווח התפעולי תזרימי של החברה, ה-EBITDA, בפעילות הליבה, הגיע ליעד של 20% מסך מכירות החברה. הרווח הנקי צמח ב-36.7% והגיע לשיא של 87.6 מיליון דולר (כ-10.7% מסך המכירות), כשהוא יותר ממכפיל את עצמו לעומת שנת 2011.

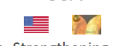
תוצאות השיא הושגו הודות להמשך צמיחה פנימית רווחית בכל אחת מהפעילויות העסקיות של פרטרום, תוך הרחבה משמעותית של פעילות החברה בשווקים מתפתחים עם שיעורי צמיחה גבוהים ובארה"ב. בארבע השנים האחרונות הוכפלו המכירות בארה"ב (שוק הטעמים הגדול בעולם), כאשר פעילות הטעמים בצפון אמריקה, צמחה פי 6, ושולשו המכירות בשווקים המתפתחים ביחס לתקופה המקבילה ב-2010. ב-2014, השווקים המתפתחים מהווים כבר כ-48% מסך מכירות פרטרום, לעומת כ-27% ב-2010. שש הרכישות שבוצעו ב-2013 ו-2014 (JannDeRee בדרום אפריקה, PTI ברוסיה, Aroma בגואטמלה, הגלין האמריקאית, שלה מכירות גם באפריקה ובאמריקה הלטינית, CitraSource בארה"ב ו-Montana Food בפרו וצ'ילה) תרמו ותתרומנה גם הן להאצת הצמיחה ולהגדלת נתח המכירות והשוק של פרטרום בשווקים המתפתחים ובארה"ב. בנוסף, פועלת פרטרום לחיזוק ממוקד של מערכי המחקר והפיתוח, הייצור, השיווק והמכירות במדינות יעד חשובות. כך, בארבע השנים האחרונות בנתה פרטרום פעילות צומחת בתחום הטעמים במרכז ובדרום אמריקה ובאפריקה, ביססה מובילות שוק בשווקי מזרח ומרכז אירופה, הרחיבה את מערך המכירות בהודו, בה הוקמה פעילות טעמים חדשה, והוספו משאבי שיווק ומכירות בדרום מזרח אסיה - באינדונזיה, פיליפינים, תאילנד, ויאטנם, סרי לנקה ובסין, בה מפעל החדש שבונה החברה נמצא בשלבי סיום.

התפלגות המכירות לפי איזורים גיאוגרפיים 2010-2014:



המשך שילובן המוצלח של הרכישות שבוצעו בשנים האחרונות עם פעילותה הגלובלית של פרטורום תורם הן לגידול במכירות והן לשיפור ברווח וברווחיות. מתחילת 2015 ביצעה פרטורום שלוש רכישות נוספות, Vitiva, הסלובנית, FoodBlenders האנגלית ואינגרנט הספרדית והיא פועלת לשלבן בהצלחה ולמצות את הפוטנציאל הגדול שהן מביאות לה.

רכישות 2014-2015:

PTI Russia & CIS  - Strengthening Leadership in East Europe - Savory Solutions leadership	Aroma Guatemala  Strengthening market position in Central America	Hagelin USA  - Strengthening market position in the US & EM - Expertise in beverages	CitraSource USA  - Strengthening Citrus capabilities and leadership - Presence in Florida – world center for citrus	Montana Peru & Chile  - Strengthening market position in South America - Complementary Colors activity	Vitiva* Slovenia  - Strengthening the health, natural colors & food protection activities - Strong R&D	Ingrenat Spain  - Natural colors & Food Protection activities - Strong R&D	FoodBlenders UK  - Enhancing savory leadership in the UK - Synergetic to EAFI and Savoury Flavours
---	--	--	---	--	---	--	--

לצמיחה בשיעורי הרווחיות תורמת הצמיחה הפנימית המואצת וגם השיפור בתמהיל המוצרים, כתוצאה מפיתוח והחדרה מוצלחת של מוצרים חדשים טבעיים ששיעור הרווחיות בהם גבוה. פעילות תחום הטעמים, הרווחית יותר מבין פעילויותיה, גדלה מהותית והיא מהווה כבר 72% מסך מכירות החברה (לעומת כ- 33% בשנת 2000), תוך השגת צמיחה גבוהה מקצב צמיחת השווקים בהם פועלת החברה והמשך מגמת השיפור ברווח וברווחיות. בתחום פעילות חומרי הגלם הייחודיים מתמקדת פרטורום בסל מוצרים טבעיים וחדשניים המיועדים ומשלבים בין תחום הטעם לתחום הבריאות, ואלה מעניקים לה יתרון תחרותי על פני מתחורותיה, וזאת תוך זיהוי ההעדפות העתידיות של הצרכנים בעולם. פרטורום ממשיכה להרחיב את סל המוצרים הטבעיים שהיא מציעה ללקוחותיה וב- 2014 נכנסה לתחום הצומח של הצבעים הטבעיים (באמצעות הרכישות של Montana Food, Vitiva, Ingrenat) והרחיבה מהותית את פעילותה בתחום הצומח של נוגדי החמצון הטבעיים, המסיעים בשימור והגנת מזון (Food Protection by Natural Solutions).

פרטורום ממשיכה לקדם את בניית וחיזוק מערך הרכש הגלובלי תוך ניצול אפשרויות ההרמוניזציה של חומרי הגלם והספקים המשמשים את החברה בפיתוח וייצור מוצריה. בנוסף ממשיכה החברה ביישום תוכניות התייעלות לאיחוד וחיבור אתרי ייצור ופעילויות והשגת התייעלות תפעולית נוספת.

פרטורום מעריכה כי התוכנית האסטרטגית שלה ל 5 השנים הקרובות תביא להשגת יעד מכירות של לפחות 1.5 מליארד דולר, עם שיעור EBITDA של מעל 22% בעסקי הליבה, עד שנת 2020.

טבלה מסכמת של תוצאות שנת 2014 –

פעילות עיסקי הליבה			פעילות הסחר ושיווק			כלל קבוצת פרטורום		
טעמים וחומרי הגלם הייחודיים								
% צמיחה	2014	2013	% צמיחה	2014	2013	% צמיחה	2014	2013
מכירות	741.0	634.0	97.7%	78.5	39.7	21.6%	819.5	673.7
רווח גולמי	303.7	250.7	177.6%	16.8	6.1	24.8%	320.6	256.8
רווחיות	41.0%	39.5%		21.4%	15.3%	39.1%		38.1%
רווח תפעולי	116.2	85.8	192.5%	2.7	0.9	37.1%	118.9	86.8
רווחיות	15.7%	13.5%		3.4%	2.3%	14.5%		12.9%
EBITDA	148.0	115.0	201.0%	3.0	1.0	30.2%	151.0	116.0
רווחיות	20.0%	18.1%		3.8%	2.5%	18.4%		17.2%
הוצאות מימון						34.1%	10.1	7.5
רווח לפני מס						37.4%	108.8	79.2
רווח נקי						37.7%	87.6	63.6



טבלה מסכמת של תוצאות הרבעון הרביעי –

כלל קבוצת פרוטרום			פעילות הסחר ושיווק			פעילות עיסקי הליבה טעמים וחומרי הגלם היחודיים			
% צמיחה	Q4 2014	Q4 2013	% צמיחה	Q4 2014	Q4 2013	% צמיחה	Q4 2014	Q4 2013	
5.4%	202.2	191.8	10.5%	22.0	19.9	4.8%	180.2	171.9	מכירות
13.3%	79.6	70.2	56.3%	6.3	4.1	10.7%	73.2	66.1	רווח גולמי
	39.3%	36.6%		28.8%	20.4%		40.6%	38.5%	רווחיות
41.1%	28.7	20.3	198.5%	1.2	0.4	38.0%	27.5	19.9	רווח תפעולי
	14.2%	10.6%		5.4%	2.0%		15.3%	11.6%	רווחיות
29.0%	36.5	28.3	175.9%	1.3	0.5	26.6%	35.2	27.8	EBITDA
	18.0%	14.7%		5.8%	2.3%		19.5%	16.2%	רווחיות
120.8%	5.6	2.5							הוצאות מימון
29.8%	23.1	17.8							רווח לפני מס
31.6%	19.7	15.0							רווח נקי

מכירות פרוטרום צמחו בשנת 2014 בכ-21.6% והגיעו לשיא מכירות שנתי של כ-819.5 מיליון דולר לעומת כ-673.7 מיליון דולר ב-2013. השפעת המטבעות גרעה מהצמיחה במכירות כ-2.3% (כ-18.8 מיליון דולר) וזאת בשל התחזקות שער החליפין של הדולר האמריקאי אל מול המטבעות בהן פועלת החברה.

מכירות פרוטרום ברבעון הרביעי של שנת 2014 צמחו בכ-5.4% והגיעו לשיא לרבעון רביעי של כ-202.2 מיליון דולר לעומת כ-191.8 מיליון דולר ברבעון הרביעי של שנת 2013. השפעת המטבעות גרעה מהמכירות בדולר כ-8.7% בהשוואה לרבעון הרביעי של שנת 2013.

מכירות פרוטרום בתחום הטעמים גדלו ב-2014 בכ-19.3% והגיעו לכ-589.8 מיליון דולר לעומת כ-494.4 מיליון דולר ב-2013. מכירות הטעמים ברבעון הרביעי גדלו בכ-6.1% והגיעו לכ-147.7 מיליון דולר לעומת כ-139.3 מיליון דולר ברבעון המקביל.

מכירות פרוטרום בתחום חומרי הגלם הייחודיים גדלו בשנת 2014 בכ-8.8% והגיעו לכ-158.4 מיליון דולר לעומת כ-145.6 מיליון דולר ב-2013. ברבעון הרביעי של 2014 הסתכמו מכירות החברה בתחום חומרי הגלם הייחודיים בכ-34 מיליון דולר לעומת כ-33.8 מיליון דולר ברבעון המקביל. השפעת המטבעות גרעה כ-4.5% מהצמיחה בתחום חומרי הגלם ברבעון.

מכירות פרוטרום בתחום הסחר והשיווק (שאינו פעילות ליבה של פרוטרום) גדלו מהותית בעקבות רכישת PTI ו-Montana Food והגיעו לכ-78.5 מיליון דולר לעומת כ-39.7 מיליון דולר ב-2013 והן מתמקדות בעיקר במרכז ומזרח אירופה, באמריקה הלטינית ובישראל. ברבעון הרביעי של 2014 גדלו המכירות בתחום בכ-10.5% והגיעו לכ-22 מיליון דולר לעומת כ-19.9 מיליון דולר ברבעון המקביל. פעילות הסחר והשיווק אינה פעילות ליבה של פרוטרום, אך היא ממנפת את מערך המכירות, שרשרת האספקה והרכש הגלובלי שלה ומאפשרת לה להציע מגוון רחב יותר של מוצרים, פתרונות וערך מוסף ללקוחותיה (בעיקר הבינוניים והמקומיים בשווקים מתפתחים) תוך העמקת שיתוף הפעולה איתם.

רווח גולמי

הרווח הגולמי בשנת 2014 עלה בכ-24.8% לשיא של כ-320.6 מיליון דולר (כ-39.1% מסך ההכנסות) לעומת כ-256.8 מיליון דולר (כ-38.1% מההכנסות) ב-2013. הרווחיות הגולמית של עסקי הליבה הגיעה לכ-41% לעומת רווחיות גולמית בעסקי הליבה של כ-39.5% ב-2013. ברבעון הרביעי של 2014 הסתכם הרווח הגולמי של החברה בכ-79.6 מיליון דולר (כ-39.3% מסך ההכנסות), גידול של 13.3% לעומת כ-70.2 מיליון דולר (כ-36.6% מכלל ההכנסות) ברבעון המקביל. הרווחיות הגולמית של עסקי הליבה ברבעון הרביעי של 2014 הגיעה לכ-40.6% לעומת רווחיות גולמית של כ-38.5% ברבעון המקביל.

לשיפור ברווח וברווחיות הגולמית בעסקי הליבה תרמו הצמיחה הפנימית במכירות, השיפור בתמהיל המוצרים והפעולות להתייעלות התפעולית שנוקטת פרוטרום. החברה ממשיכה לפעול להשגת אופטימיזציה של משאביה, גם בעקבות הרכישות האחרונות, תוך יצירת חסכוניות תפעוליים מהותיים וחזוק כושר התחרות. בנוסף, פועלת פרוטרום לחיזוק ובניית מערך הרכש הגלובלי שלה, תוך ניצול כח הקניה שנוסף לה כתוצאה מהרכישות שביצעה 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 בשנת 2014 עלה ב-37.1% והגיע לשיא שנתי של כ-118.9 מיליון דולר (כ-14.5% מהמכירות) לעומת כ-86.8 מיליון דולר (כ-12.9% מהמכירות) ב-2013. הרווחיות התפעולית בעסקי הליבה הגיעה ב-2014 לכ-15.7% מהמכירות לעומת כ-13.5% מהמכירות ב-2013. הרווח התפעולי ברבעון הרביעי של 2014 עלה בכ-41.1% והגיע לשיא לרבעון הרביעי של כ-28.7 מיליון דולר (כ-14.2% מהמכירות) לעומת כ-20.3 מיליון דולר (כ-10.6% מהמכירות) ברבעון המקביל. הרווחיות התפעולית בעסקי הליבה ברבעון הרביעי של 2014 הגיעה לכ-15.3% מהמכירות לעומת כ-11.6% מהמכירות ברבעון המקביל.

ה-EBITDA עלה בשנת 2014 בכ-30.2% והגיע לשיא שנתי של כ-151 מיליון דולר (כ-18.4% מהמכירות) לעומת כ-116 מיליון דולר (כ-17.2% מהמכירות) ב-2013. שיעור ה-EBITDA מעסקי הליבה הגיע ב-2014 לכ-20% מהמכירות לעומת כ-18.1% ב-2013. ברבעון הרביעי של 2014 הסתכם ה-EBITDA בכ-36.5 מיליון דולר, גידול של כ-29% לעומת כ-28.3 מיליון דולר ברבעון המקביל. שיעור ה-EBITDA מעסקי הליבה ברבעון הרביעי של 2014 הגיע לכ-19.5% לעומת כ-16.2% ברבעון המקביל.

רווח נקי, רווח למניה

הרווח הנקי בשנת 2014 עלה בכ-37.7% והגיע לשיא שנתי של כ-87.6 מיליון דולר לעומת כ-63.6 מיליון דולר בשנת 2013. הרווחיות הנקייה הסתכמה ב-2014 בכ-10.7% מסך ההכנסות לעומת כ-9.4% ב-2013. ברבעון הרביעי של 2014 עלה הרווח הנקי של החברה בכ-31.6% והגיע לשיא לרבעון הרביעי של כ-19.7 מיליון דולר לעומת כ-15 מיליון דולר ברבעון המקביל. הרווחיות הנקייה ברבעון הרביעי של 2014 הסתכמה בכ-9.7% מההכנסות לעומת כ-7.8% מההכנסות ברבעון המקביל.

הרווח למניה בשנת 2014 עלה בכ-36.7% והגיע לשיא שנתי של 1.49 דולר לעומת 1.09 דולר אשתקד. הרווח למניה ברבעון הרביעי של 2014 עלה בכ-31.1% והגיע לשיא לרבעון הרביעי של כ-0.34 דולר למניה לעומת כ-0.26 דולר למניה ברבעון המקביל.

הון עצמי

מבנה ההון האיתן של פרוטרום כולל היקף נכסים של כ-940.4 מיליון דולר והון עצמי של כ-522 מיליון דולר, המהווה כ-55.5% מסך המאזן. רמת החוב נטו של החברה (סך ההלוואות בניכוי מזומנים) עומד על כ-167.5 מיליון דולר. פרוטרום ממשיכה לייצר **תזרים מזומנים חזק מפעילות שוטפת** שמסייע לה להקטין את רמת החוב שלה ולהמשיך לבצע, יחד עם גיבוי בנקאי, רכישות אסטרטגיות. תזרים המזומנים מפעילות שוטפת במהלך 2014 הגיע לכ-80.8 מיליון דולר.

דיבידנד

החברה הודיעה על חלוקת **דיבידנד** בסך של 22.7 מיליון ש"ח (5.5 מיליון דולר).

שיחת משקיעים –

ביום שני, 16 במרץ, 2015 בשעה 12:30 תערוך החברה כנס משקיעים בבורסה לניירות ערך בתל אביב.
בשעה 16:00 תקיים החברה **שיחת משקיעים בשפה האנגלית** בה תדון בפרטים של התוצאות הכספיות ותינתן הזדמנות לשאול את הנהלת החברה שאלות. המעוניינים להשתתף בשיחת הוועידה מזומנים להתקשר מספר דקות לפני השעה האמורה ל:
03-9180609 הקלטה של שיחת הוועידה תהיה זמינה החל משעה 17:00 ולמשך 48 שעות בטלפון: 03-9255925.
 לפרטים נוספים נא לפנות לחן ליבנה, גלברט-כהנא, קשרי משקיעים ותקשורת עסקית, טל: 03-6074717, chen@gk-biz.com

אודות פרוטרום:

פרוטרום היא חברה רב לאומית הפועלת בשווקי התמציות וחומרי הגלם העולמיים. לפרוטרום מרכזי ייצור ופיתוח משמעותיים בארבע יבשות, והיא משווקת ומוכרת מעל 31,000 מוצרים בחמש יבשות למעל 16,000 לקוחות ביותר מ-150 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-3,100 עובדים ברחבי העולם, 2 פעילויות ליבה עיקריות:

- פעילות הטעמים, העוסקת בפיתוח, ייצור ושיווק של תמציות טעם (Flavor Compounds) ו Food Systems.
 - במסגרת פעילות חומרי הגלם היחודיים עוסקת פרוטרום בפיתוח, ייצור, שיווק ומכירה של מיצויי טעם טבעיים (Natural Flavor Extracts), רכיבי מזון פונקציונלי טבעיים (Natural Functional Food Ingredients), מיצויים טבעיים מצמחי מרפא (Natural Pharma/Nutraceutical Extracts), צבעים טבעיים, מוצרי ביוטכנולוגיה טבעיים מבוססי אצות, נוגדי חמצון טבעיים המאפשרים מתן פתרונות בתחום ההגנה ושימור מזון (Food Protection by Natural Solution) כימיקלים ארומטיים, שמנים אתריים, מוצרי הדרים יחודיים ושרפים ומייצבים טבעיים. מוצרי פעילות חומרי הגלם היחודיים נמכרים בעיקר לתעשיות המזון והמשקאות, הטעם והריח, הפארמה והתרופות טבעיות (Pharmaceutical/Nutraceutical), הקוסמטיקה והטיפוח האישי.
- מוצרי פרוטרום מיוצרים במפעליה בארה"ב, אנגליה, שווייץ, גרמניה, איטליה, ספרד, סלובניה, רוסיה, תורכיה, ישראל, דרום אפריקה, סין, גוואטמלה, פרו, צ'ילה וברזיל. מערך השיווק הגלובלי שלה כולל את אגפי השיווק בישראל, ארה"ב, אנגליה, שווייץ, גרמניה, סלובניה, בלגיה, הולנד, דנמרק, צרפת, איטליה, ספרד, הונגריה, רומניה, רוסיה, אוקראינה, פולין, קזחסטן, בלרוס, תורכיה, ברזיל, מקסיקו, גוואטמלה, קוסטה ריקה, פרו, צ'ילה, 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

