

הודעה לעיתונות

24 במרץ, 2011

הכנסות פרוטרום ב 2010 צמחו ב 8% במונחים מטבע מקומי ו- 6.1% במונחים דולריים ל- 451.1 מיליון דולר;

זינוק של 33% ברווח התפעולי ל-63 מיליון דולר;

הרווח נקי לשיא של 44.1 מיליון דולר

מדווחת על תוצאות שיא במכירות, ברווח וברווחיות ברבעון הרביעי של 2010

אורי יהודאי, נשיא ומנהל העסקים הראשי של פרוטרום: "פרוטרום מרחיבה בהתמדה את חדירתה לשווקים המתעוררים, המתאפיינים ברמת צמיחה גבוהה ובדרישה גוברת למוצרי החברה, ובו בזמן ממשיכה לצמוח בשווקים המסורתיים"

דגשים לשנת 2010:

- הרווח התפעולי גדל ב 33.2% לשיא של 63 מיליון דולר
- ה-EBITDA גדל ב- 23.9% לשיא של 82 מיליון דולר
- הרווח לפני מס עלה ב- 39.2% ל 59.8 מיליון דולר
- הרווח הנקי גדל ב- 32.8% לשיא של 44.1 מיליון דולר
- הרווח למניה עלה ב- 32.6% לשיא של 0.77 דולר
- תחלק דיבידנד נוסף בסך 11.6 מיליון ש"ח (כ-3.3 מיליון דולר)



פרוטרום, אחת מעשר החברות הגדולות בעולם בתחום הטעמים וחומרי הגלם הייחודיים, מדווחת על תוצאות שיא ברבעון הרביעי של 2010 ועל צמיחה בהכנסות ורווחיות שיא בשנת 2010. החברה ממשיכה ליישם בהצלחה את אסטרטגיית הצמיחה המהירה והרווחית שלה, המתבטאת בהשגת צמיחה פנימית רווחית ובביצוע רכישות אסטרטגיות.

הצמיחה במכירות פעילויות הליבה של פרוטרום, תוך שיפור בתמהיל המוצרים של הקבוצה ושמירה על מבנה ההוצאות התחרותי שלה הביאו להשגת שיא במכירות ברבעון הרביעי של 2010, ברווח הגולמי, התפעולי, ב-EBITDA, ברווח הנקי, ברווח למניה ובשיעורי הרווחיות התפעולית, בהשוואה לרבעון הרביעי בשנים הקודמות.

הכנסות פרוטרום ברבעון הרביעי של 2010 הגיעו לכ-112.4 מיליון דולר, גידול של 7.3% במונחים מטבע מקומי בהשוואה לרבעון המקביל. התחזקות הדולר לעומת המטבעות האירופאים קיזזה 3.7% מהגידול במכירות פרוטרום כך שבמונחים דולריים הושגה צמיחה פנימית של כ-3.6%.

הכנסות פרוטרום בשנת 2010 הסתכמו ל-451.1 מיליון דולר, עלייה של 8% לעומת הכנסות של 425.2 מיליון דולר בתקופה המקבילה ב-2009 במונחי מטבע מקומי. התחזקות הדולר לעומת המטבעות האירופאים קיזזה 1.9% מהגידול במכירות פרוטרום כך שבמונחים דולריים צמחו המכירות בכ-6.1% לעומת 2009.

פרוטרום פועלת להאצת הצמיחה ולהגדלת נתח השוק שלה הן באזורים המרכזיים בהם היא פועלת והן תוך הגדלת מיקוד בשווקים מתפתחים נוספים. פרוטרום מחזקת את פעילותה בשווקים המתעוררים והמכירות באסיה והמזרח הרחוק גדלו ב-2010 ב-22.8%, לצד גידול של 12.6% במכירות באמריקה לעומת התקופה המקבילה ב-2009.

הרווח הגולמי השנתי עלה ב-12.4% והסתכם ל-174.8 מיליון דולר לעומת 155.5 מיליון דולר בשנת 2009. הרווחיות הגולמית עלתה והגיעה ל-38.8% לעומת 36.6% בשנת 2009.

הרווח הגולמי ברבעון הרביעי של שנת 2010 גדל ב-4.3% והגיע ל-41.3 מיליון דולר לעומת 39.6 מיליון דולר ברבעון המקביל בשנת 2009. הרווחיות הגולמית הגיעה ל-36.8% לעומת 36.5% בתקופה המקבילה.

הרווח התפעולי בשנת 2010 עלה בשיעור חד של 33.2% והסתכם לרווח שיא של 63 מיליון דולר בהשוואה ל-47.3 מיליון דולר ב-2009. הרווחיות התפעולית הגיעה ל-14%.

הרווח התפעולי גדל ברבעון הרביעי של 2010 ב-10.0% לכ-12.1 מיליון דולר בהשוואה ל-11 מיליון דולר אשתקד. הרווחיות התפעולית ברבעון הרביעי עלתה והגיעה ל-10.7% לעומת 10.1% בתקופה המקבילה ב-2009.

ה-EBITDA ב-2010 עלה ב-23.9% והגיע לשיא של 82 מיליון דולר בהשוואה ל-66.2 מיליון דולר ב-2009. הרווחיות ה-EBITDA הגיעה לשיא של 18.2% מהמכירות בהשוואה ל-15.6% מהמכירות בשנת 2009.

ה-EBITDA ברבעון הרביעי של שנת 2010 גדל ב-5.3% ל-16.9 מיליון דולר בהשוואה ל-16 מיליון דולר ברבעון המקביל ב-2009. שיעור ה-EBITDA השתפר והגיע ל-15% לעומת 14.8% בתקופה המקבילה אשתקד.

הצמיחה הרווחית במכירות והשיפור בתמהיל המוצרים, יחד עם שמירת רמת ההוצאות שהושגה בתמיכת המהלכים שנקטה פרוטרום להתייעלות וחיזוק כושר התחרות שלה בשנים 2009 ו-2010, הביאו לשיפור המהותי ברווח התפעולי, ברווחיות התפעולית וב-EBITDA וברווחיות ה-EBITDA שהגיעו לשיא בשנת 2010.

הרווח לפני מסים בשנת 2010 גדל בשיעור חד של 39.2% והסתכם ל-59.8 מיליון דולר ומהווה 13.3% מהמכירות בהשוואה לרווח לפני מסים בסך של 42.9 מיליון דולר, המהווה 10.1% מהמכירות ב-2009.

הרווח לפני מסים ברבעון הרביעי של שנת 2010 צמח ב-21.4% והסתכם ל-12.2 מיליון דולר (10.9% מהמכירות) בהשוואה ל-10.1 מיליון דולר (9.3% מהמכירות) ברבעון המקביל אשתקד.

הרווח הנקי בשנת 2010 גדל בשיעור חד של 32.8% והגיע לשיא של 44.1 מיליון דולר, לעומת 33.2 מיליון דולר בשנת 2009. הרווחיות הנקייה בשנת 2010 השתפרה והגיעה ל-9.8%, לעומת 7.8% ב-2009.



הרווח הנקי ברבעון הרביעי של 2010 עלה ב-17.8% והגיע לשיא לרבעון רביעי של 8.8 מיליון דולר לעומת 7.5 מיליון דולר בתקופה המקבילה אשתקד. **הרווחיות הנקייה** עלתה אף היא והגיעה ל-7.9% לעומת 6.9% ברבעון המקביל אשתקד.

הרווח למניה בשנת 2010 עלה בשיעור חד של 32.6% והגיע לשיא 0.77 דולר למניה לעומת 0.58 דולר למניה בשנת 2009. **הרווח למניה ברבעון הרביעי של 2010** צמח ב-17.9% והגיע לשיא לרבעון רביעי של 0.15 דולר, לעומת 0.13 דולר למניה ברבעון המקביל אשתקד.

בשנת 2010 ייצרה פרוטרום תזרים המזומנים מפעילות שוטפת של 62.1 מיליון דולר וזאת בהמשך לתזרים של 84.9 מיליון ב 2009. התזרים החזק שהושג בשנתיים האחרונות תרם להורדה מהותית ברמת החוב נטו של פרוטרום לכ- 20 מיליון דולר. התזרים החזק במיוחד של 2009 הושפע גם מהקטנה מהותית ברמות המלאי שפרוטרום ביצעה בהתאם להורדות המלאי של לקוחותיה. פרוטרום ממשיכה לפעול לשמירה על רמת מלאי אופטימאלית המתאימה לקצב הצמיחה הצפוי, תוך התייחסות לעונתיות, להיצע חומרי הגלם השונים ולמחיריהם הנוכחיים והעתידיים הצפויים.

ההון העצמי של פרוטרום ליום 31 בדצמבר, 2010 הסתכם ב-359.8 מיליון דולר (69.3% מסך המאזן) לעומת 318.5 מיליון דולר (60.5% מסך המאזן) ב 31 בדצמבר, 2009. עיקר הגידול בהון העצמי נובע מהרווח בתקופה.

החברה מדווחת על **חלוקת דיבידנד** נוסף בהיקף של כ 11.6 מיליון ש"ח (כ- 3.3 מיליון דולר).

אורי יהודאי, נשיא ומנהל העסקים הראשי של פרוטרום, סיכם ואמר כי "שנת 2010 היתה שנה של צמיחה במכירות פרוטרום ושנת שיא עבורה ברווח וברווחיות. שנה זו התאפיינה בחזרה לצמיחה בכלכלה העולמית בכלל ובתעשיית המזון ובתעשיית הטעמים וחומרי הגלם הייחודיים בפרט. פרוטרום מרחיבה בהתמדה את חדירתה לשווקים המתעוררים, המתאפיינים ברמת צמיחה גבוהה ובדרישה גוברת למוצרי החברה, ובו בזמן ממשיכה לצמוח בשווקים המסורתיים. ידענו לזהות מראש את המעבר לתחום מוצרי הבריאות ומזון הנוחות ולשלבם באופן חכם בהיצע המוצרים הייחודי של החברה תוך השגת יתרון תחרותי ושיווקי שיבטיח את המשך הצמיחה ארוכת הטווח שלנו".

"בחודשים האחרונים ניכרת מגמה עולמית של עלייה במחירי חומרי הגלם, לרבות בחלק מחומרי הגלם המשמשים את פרוטרום לייצר את מוצריה. פעלנו ונמשיך לפעול ככל שמגמה זו תימשך, לרבות בדרך של התאמת מחירי המכירה של מוצרינו שהושפעו מעליית מחירי חומרי הגלם, על מנת למנוע השפעה עתידית על תוצאות פעילותנו. אנו ממשיכים כל העת בהרחבת להרחיב את מעגל הספקים שלנו ולנצל באופן מרבי של היכולות המגוונות של אתרי הייצור של פרוטרום בעולם".

"עם התאוששות שוק המיזוגים והרכישות מהשפעות המשבר הכלכלי במהלך שנת 2009, שבנו בחודשים האחרונים לבצע רכישות ורכשנו את פעילות ה-Savory של חברת Rieber & Son הנורבגית ואת נכסי ופעילות EAFI האנגלית. שתי רכישות אלו, כמו גם רכישות קודמות שביצענו ב-2009, סינרגיות לפעילותנו, מרחיבות את מאגר הלקוחות ואת תמהיל המוצרים שלנו, ומאפשרות לנו לספק מענה מלא ואיכותי לדרישות לקוחותינו המגוונים.

"מבנה ההון של פרוטרום, רמת החוב נטו, אשר ירדה מהותית בתמיכת תזרים המזומנים שהשיגנו, ביחד עם גיבוי בנקאי, יאפשרו לנו להמשיך ולממש בנחישות את אסטרטגיית הצמיחה המהירה שלנו, המשלבת צמיחה פנימית רווחית ורכישות אסטרטגיות, תוך המשך חיזוק מעמדה של פרוטרום כאחת החברות המובילות בעולם בתחום הטעם וחומרי הגלם הייחודיים. פרוטרום פועלת למימוש פוטנציאל צנרת הרכישות המצוינת שיש לה ושמה דגש גם על רכישות בשווקי היעד הצומחים של אסיה, מזרח אירופה ומרכז ודרום אמריקה, זאת לצד בחינת רכישות בשווקים המסורתיים כצפון אמריקה. לצד הרכישות נמשיך לפעול להשגת צמיחה פנימית רווחית, להשגת יעדנו להכפלה נוספת של מחזור מכירותנו במהלך 4 השנים הבאות".



אודות פרוטרום:

פרוטרום היא חברה רב לאומית הפועלת בשווקי התמציות וחומרי הגלם העולמיים. לפרוטרום מרכזי ייצור ופיתוח משמעותיים בשלוש יבשות, והיא משווקת ומוכרת מעל 20,000 מוצרים בחמש יבשות למעל 13,000 לקוחות ביותר מ-120 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-1,500 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, ישראל, סין ותורכיה. מערך השיווק הגלובלי שלה כולל את אגפי השיווק בישראל, ארה"ב, אנגליה, שוויץ, גרמניה, בלגיה, הולנד, דנמרק, צרפת, הונגריה, רומניה, רוסיה, אוקראינה, קזחסטן, בלרוס, תורכיה, ברזיל, מקסיקו, סין, יפן, הונג קונג, הודו ואינדונזיה. כמו כן מפעילה החברה סוכנים ומפיצים מקומיים ברחבי העולם.

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

