

**דו"ח הדירקטוריון לבעלי המניות<sup>1</sup>**  
**לתקופה שנסתיימה ביום 31 במרץ 2006**

**כללי**

פרוטרום תעשיות בע"מ ("פרוטרום" או "החברה") היא חברה גלובלית שנוסדה בשנת 1933 והפכה לחברה ציבורית בשנת 1996 עם רישום מניותיה למסחר בבורסה לניירות ערך בתל-אביב. בחודש פברואר 2005 נרשמה פרוטרום למסחר גם ברשימה הראשית של הבורסה בלונדון. פרוטרום עוסקת בפיתוח, יצור ושיווק של תמציות טעם (Flavors) וחומרי גלם (Fine Ingredients) המשמשים בייצור מזון, משקאות, תמציות טעם וריח, מוצרי פארמה/נוטרה (Pharma/Nutraceutical) וטיפוח אישי (Personal Care). פרוטרום מפעילה אתרי יצור באירופה, צפון אמריקה, ישראל ואסיה, מייצרת, משווקת ומוכרת מעל 15,000 מוצרים ליותר מ 5,000 לקוחות ביותר מ 100 מדינות. פרוטרום פועלת במסגרת שתי חטיבות: חטיבת התמציות וחטיבת חומרי הגלם.

בשנים האחרונות מיישמת פרוטרום אסטרטגיה להשגת צמיחה מהירה, בשיעור גבוה מהממוצע בתעשייה בה היא פועלת, על ידי שילוב של צמיחה פנימית בעסקי הליבה יחד עם ביצוע רכישות אסטרטגיות. פרוטרום מתמקדת הן בלקוחות רב-לאומיים גדולים והן בלקוחות בינוניים ומקומיים ומציעה להם שירות מעולה, איכותי ומותאם לצרכי הייחודיים של כל לקוח. פרוטרום מתמקדת הן בשווקים מפותחים כגון מערב אירופה וארצות הברית והן בשווקים מתפתחים כגון מדינות חבר העמים לשעבר, מזרח אירופה ואסיה, בהם שיעור הצמיחה גבוה מהממוצע העולמי. פרוטרום מציעה ללקוחותיה סל מוצרים מגוון ורחב המורכב ברובו ממוצרים טבעיים ומוצרים חדשניים כגון רכיבי מזון טבעי פונקציונלי, והיא משקיעה ותמשיך להשקיע בפעילות המחקר והפיתוח שלה.

בהמשך לשנים האחרונות, השיגה פרוטרום גם ברבעון הראשון של שנת 2006 צמיחה במכירות וברווחים. מגמה הנמשכת שש שנים ברציפות. מכירות פרוטרום ברבעון הראשון של שנת 2006 הסתכמו ל 71.0 מיליון דולר, גידול של 9.7% לעומת הרבעון המקביל אשתקד. גידול של כ 15% במכירות הושג בנטרול השפעת התחזקות הדולר ביחס למטבעות האירופאיים (בהן מתבצעות מרבית מכירות פרוטרום). הרווח הגולמי לרבעון עלה ב 8.1% והסתכם ב 27.2 מיליון דולר לעומת 25.1 מיליון דולר ברבעון המקביל אשתקד. הרווחיות הגולמית הגיעה ל 38.3% לעומת 38.8% ברבעון המקביל. הרווח התפעולי עלה בשיעור של 10.1% והסתכם ב 10.5 מיליון דולר לעומת 9.5 מיליון דולר ברבעון המקביל. הרווחיות התפעולית הגיעה ל 14.8% לעומת 14.7% בתקופה המקבילה אשתקד. הרווח לפני מס עלה בשיעור של 15.7% והסתכם ל 10.8 מיליון דולר לעומת כ 9.4 מיליון דולר והרווחיות לפני מס הגיעה ל 15.2% לעומת 14.4% בתקופה המקבילה אשתקד.

<sup>1</sup> ערוך בהתאם לדוחות הכספיים המאוחדים של החברה אשר נערכו בהתאם לתקני חשבונאות של המוסד הישראלי לתקינה חשבונאית.

הרווח הנקי עלה בשיעור של 26.3% והסתכם ל 9.0 מיליון דולר לעומת כ 7.1 מיליון דולר ברבעון המקביל אשתקד והרווחיות הנקייה הגיעה ל 12.6% לעומת 11.0% ברבעון המקביל אשתקד.

הרווח למניה עלה אף הוא ברבעון הראשון ועמד על 0.16 דולר לעומת 0.14 דולר למניה ברבעון המקביל אשתקד, זאת על אף הגידול בהון המניות המונפק של החברה כתוצאה מגיוס ההון והרישום למסחר ברשימה הראשית של בורסת לונדון בחודש פברואר 2005.

הגידול הנמשך ברווח התפעולי והנקי בשנים האחרונות, נובע, בין היתר, ממגמת הצמיחה המהירה בהיקף הפעילות של פרטרום - צמיחה שמקורה בגידול עצמי של פעילויות הליבה, הן בחטיבת התמציות והן בחטיבת חומרי הגלם, ובמיזוג המוצלח של הפעילויות שנרכשו בתקופה זו. השיפור הנמשך בתמהיל המוצרים, תוך גידול עקבי בחלקה היחסי של חטיבת התמציות (הרווחית יותר מבין פעילויות פרטרום) תורם אף הוא לשיפור ברווח הנקי. חטיבת חומרי הגלם, המתמקדת בפיתוח והחדרת מוצרים חדשים וחדשניים בעלי ערך מוסף ושיעור רווחיות גבוה מהממוצע תורמת אף היא, הן לגידול העקבי במכירות והן לשיפור בתמהיל המוצרים של פרטרום תוך שיפור ברווחיות וברוח הנקי.

ב 17 לינואר 2006, חתמה פרטרום על הסכם לרכישת 70% מהון המניות המונפק והנפרע של חברת GewürzMühle Nesse GmbH ושל חברת GewürzMühle Nesse Gebr. Krause GmbH (שתי החברות יחדיו יקראו להלן "Nesse"). Nesse פועלת מאז שנת 1880, וכיום הינה קבוצה בינלאומית המשיגה שיעורי צמיחה פנימית גבוהים ומעסיקה כ 120 עובדים. Nesse עוסקת בפיתוח, ייצור, שיווק ומכירה של פתרונות Savory (תמציות הטעם שאינן מתוקות) חדשניים וייחודיים הכוללים תמציות טעם שאינן מתוקות וחומרי גלם פונקציונליים ייחודיים. רכישה אסטרטגית זו הינה צעד נוסף במימוש אסטרטגית הצמיחה המהירה של פרטרום. הרכישה מחזקת את היכולות הטכנולוגיות ואת סל המוצרים שמציעה פרטרום ללקוחותיה בתחום ה Savory, ותומכת בהמשך חיזוקה ומיצובה של פרטרום במערב ובמזרח אירופה כספק מוביל בתחום תמציות הטעם. פרטרום פועלת לניצול מירבי של תשתית השיווק והמכירות הגלובלית שלה, על מנת לממש את אפשרויות ה Cross-Selling שרכישה זו מייצרת, הן על ידי הרחבת בסיס הלקוחות והן על ידי הרחבת סל המוצרים. תוצאות פעילותה של Nesse מאוחדות במלואן לראשונה בדוחותיה הכספיים של פרטרום החל מהרבעון הראשון של 2006 (ראה ביאור 3 לדוחות הכספיים לעניין איחוד מלא של תוצאות Nesse).

## נתונים עיקריים מתוך תיאור עסקי התאגיד

פרוטרום פועלת בשוקי התמציות וחומרי הגלם העולמיים. בשוק התמציות פרוטרום פעילה בעיקר בתחום תמציות הטעם (Flavor Compounds) ובתחום ה Food Systems. בשוק חומרי הגלם פרוטרום פעילה בעיקר בתחומי מיצויי טעם טבעיים (Natural Flavor Extracts), רכיבי מזון פונקציונלי טבעיים (Natural Functional Food Ingredients), מיצויים טבעיים מצמחי מרפא (Natural Pharma/Nutraceutical Extracts), שמנים אתריים, מוצרי הדריים ייחודיים וכימיקלים ארומטיים (Aroma Chemicals).

על פי הערכות Leffingwell & Associate השוק העולמי של תמציות הטעם, תמציות הריח וחומרי הגלם הסתכם בשנת 2004 לכ 17.7 מיליארד דולר. פרוטרום אינה פעילה בשוק תמציות הריח, אך היא פעילה בשוק רכיבי מזון פונקציונלי טבעיים (שאינם כלולים בהערכה האמורה), ולפיכך להערכתה היקף המכירות בשנת 2005 בשווקים בהם היא פועלת הסתכם לכ 15 מיליארד דולר.

להערכת SRI Consultants היקף המכירות העולמי בשוקי תמציות הטעם וחומרי הגלם בהם החברה פועלת יגדל בקצב שנתי של בין 2% ל 4% במהלך השנים 2005 עד 2008, כאשר שיעור הצמיחה בשווקים מתפתחים, בהם פועלת החברה, כגון מזרח אירופה, רוסיה, סין והודו צפוי להיות גבוה משמעותית, כתוצאה מהצמיחה הצפויה בתוצר הלאומי הגולמי ושינויים בהעדפות צרכנים בשווקים אלו. בנוסף, על פי SRI Consultants מכירות שוק רכיבי המזון הפונקציונלי, בו מתמקדת פרוטרום ובו היא רואה חלק חשוב מאסטרטגיית הצמיחה המהירה שלה, צפויות לגדול בשיעור ממוצע גבוה יותר של כ 9% לשנה באירופה ובארצות הברית.

פעילות פרוטרום נחלקת לשתי חטיבות עיקריות המהוות, כל אחת, תחום פעילות עיקרי:

- **חטיבת התמציות (FLAVORS)** – במסגרת חטיבת התמציות עוסקת פרוטרום בפיתוח, ייצור, שיווק ומכירה של תמציות טעם ו Food Systems המשמשים בעיקר לייצור מזון ומשקאות ומוצרי צריכה נוספים. פרוטרום מפתחת אלפי תמציות שונות ללקוחותיה, ברובן כאלו המותאמות לצרכיו של לקוח ספציפי (Tailor-Made), והיא עוסקת באופן מתמיד בפיתוח תמציות חדשות במטרה להתאים את מוצריה להעדפות צרכניות משתנות ולדרישות העתידיות של לקוחותיה. חטיבת התמציות (הרווחית יותר מבין פעילותיה של פרוטרום) עברה תהליך של צמיחה מואצת בשנים האחרונות, הן כתוצאה מצמיחה פנימית והן כתוצאה מביצוע ומימוש מוצלח של מספר רכישות אסטרטגיות. הצמיחה הפנימית במכירות חטיבת התמציות מבוססת בעיקרה על התמקדות הן בשווקים מפותחים והן בשווקים מתפתחים, הן בלקוחות רב-לאומיים גלובליים, והן בלקוחות בינוניים ומקומיים.
- **חטיבת חומרי הגלם (FINE INGREDIENTS)** – במסגרת חטיבת חומרי הגלם 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), שמנים אתריים, מוצרי הדרים יחודיים וכימיקלים ארומטיים, שרפים ומייצבים טבעיים. מוצרי חטיבת חומרי הגלם נמכרים בעיקר לתעשיות המזון והמשקאות, הטעם והריח, הפארמה והנוטרה (Pharma/Nutraceutical) והטיפול האישי. מכירות חטיבת חומרי הגלם צמחו בשנים האחרונות הן כתוצאה מצמיחה פנימית והן כתוצאה ממספר רכישות אסטרטגיות. הצמיחה הפנימית במכירות חטיבת חומרי הגלם נובעת בעיקרה מפיתוח מוצרים חדשים וחדשניים, בעלי ערך מוסף ושיעור רווחיות גבוה מהמוצע, ומהתמקדות הן בלקוחות רב-לאומיים גלובליים, והן בלקוחות בינוניים ומקומיים בכל העולם. מרבית מוצרי חטיבת חומרי הגלם הינם מוצרים טבעיים שהביקוש להם גדל בקצב ממוצע גבוה יותר ממוצרים שאינם טבעיים. פרוטרום פועלת להרחבת סל המוצרים הטבעיים שהיא מציעה ללקוחותיה עם דגש על תחם המזון הפונקציונלי.

פעילות שתי החטיבות של פרוטרום הינה משלימה וסינרגטית במידה רבה. סינרגיה זו מוצאת ביטוייה במספר תחומים עיקריים: (1) שיווק ומכירות - איש מכירות אחד ללקוח. מוצרי חטיבת חומרי הגלם המיועדים לשוק המזון והמשקאות נמכרים באמצעות אנשי המכירות של חטיבת התמציות; (2) מחקר ופיתוח - הידע וההיכרות של אנשי חטיבת התמציות עם צרכיו של שוק המזון והמשקאות מאפשרים לחטיבת חומרי הגלם לפתח ולייצר מוצרים חדשים וחדשניים לתעשיית המזון והמשקאות; (3) תפעול - חלק מהותי מאתרי הייצור של פרוטרום משותפים הן לחטיבת התמציות והן לחטיבת חומרי הגלם; (4) חומרי גלם - רוב המוצרים המיוצרים על ידי חטיבת חומרי הגלם נמכרים גם לצדדים שלישיים. עם זאת, חלק מהמוצרים משמש באופן בלעדי את חטיבת התמציות לצורך ייצור תמציות ייחודיות תוך יצירת יתרון תחרותי.

פרוטרום משקיעה, ותמשיך להשקיע, מאמצים ומשאבים רבים בהמשך יישום אסטרטגיית הצמיחה המהירה שלה, אותה היא מממשת בהצלחה בשנים האחרונות, המשלבת גידול עצמי מהיר של פעילויות הליבה הרווחיות יותר, בשיעורים גבוהים מהמוצע בתעשייה, בשילוב רכישות אסטרטגיות של חברות, ידע ופעילויות בתחומים בהם היא פועלת, על מנת לחזק את מיצובה כאחת החברות המובילות בעולם בתחום הטעם וחומרי הגלם.

## תוצאות הפעילות ברבעון הראשון שנת 2006

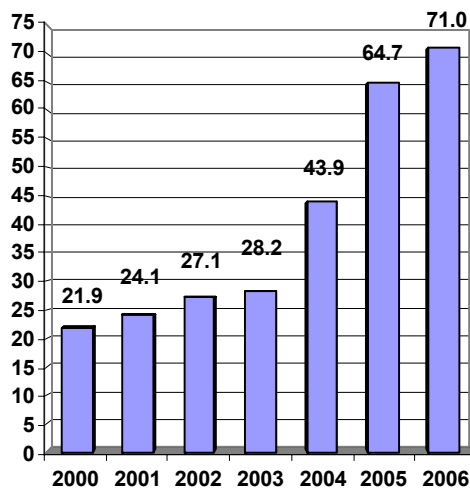
להלן תמצית דוחות רווח והפסד של הרבעון הראשון (במיליוני דולרים):

שינוי (%)	2005	2006	
9.7%	64.7	71.0	מכירות
8.1%	25.1	27.2	רווח גולמי
6.9%	15.6	16.7	הוצאות מו"פ, מכירה, הנהלה וכלליות
10.1%	9.5	10.5	רווח תפעולי
10.5%	11.8	13.0	EBITDA
15.7%	9.4	10.8	רווח לפני מס
26.3%	7.1	9.0	רווח נקי

### מכירות

מכירות פרוטרם ברבעון הראשון בשנת 2006 הסתכמו ל 71.0 מיליון דולר, גידול של 9.7% לעומת הרבעון המקביל בשנת 2005, בו הסתכמו המכירות ל 64.7 מיליון דולר. גידול של כ 15% במכירות הושג בנטרול השפעת התחזקות הדולר ביחס למטבעות האירופאיים (בהן מתבצעות מרבית מכירות פרוטרם).

### התפתחות המכירות (במיליוני דולר) ברבעון הראשון בשנים 2000 עד 2006



לעלייה במכירות תרמו בעיקר הגורמים הבאים:

א. מיזוג פעילות חברת Nesse עם פעילותה הגלובלית של קבוצת פרוטרם. הפעילות הנרכשת אוחדה עם פעילותה של פרוטרם החל מחודש ינואר 2006.

ב. גידול במכירות חטיבת חומרי הגלם הנובע, בעיקר, מהחדרת מוצרים חדשים וחדשניים, הרחבה ופיתוח של מערך המכירות הגלובלי ושילוב וניצול סינרגיה מוצלחים בין פעילותם של אתרי המחקר, הפיתוח והייצור שלה.

ג. ניצול הסינרגיה ואפשרויות ה Cross-Selling הן בין חטיבות פרוטרם והן בין הלקוחות והמוצרים, הן הקיימים והן אלו שנוספו בעקבות הרכישות שבוצעו בשנים האחרונות.

העלייה במכירות קוזזה על ידי הגורמים הבאים:

א. החלשות המטבעות המערב אירופאיים (בהם נעשות מרבית מכירות פרוטרם) כנגד הדולר, בשיעורים של 9% עד 11%, תרמו לירידה של מעל 5% במכירות החברה במונחים דולריים.

ב. שחיקה מהותית במחירי המכירה של המיצויים הטבעיים והתמציות המיוצרים מוונילה טבעית עקב ירידת משמעותית במחירי חומרי הגלם המשמשים לייצורם.

ג. ירידה במכירות מוצרי פעילות ה Food Systems, עקב שיפור מתוכנן בתמהיל המוצרים, המושג על ידי מעבר ממוצרים בעלי שיעור רווחיות מתחת לממוצע למוצרים ייחודיים בעלי ערך מוסף ושיעור רווחיות גבוהים.

ד. חורף קר וארוך יחסית באירופה אשר השפיע על הביקוש למוצרי החברה המשמשים בייצור משקאות קלים, גלידות ומוצרי קיץ אחרים.

ה. ירידה בפעילות הסחר והשיווק של מוצרים שאינם מיוצרים על ידי פרוטרם, לשוק הישראלי, (פעילות שאינה בליבת עסקי החברה).

פילוח המכירות לפי מגזרי פעילות ברבעון הראשון בשנים 2000-2006 (מכירות במיליוני דולרים  
ובאחוזים):

שנת 2006	שנת 2005	שנת 2004	שנת 2003	שנת 2002	שנת 2001	שנת 2000		
44.9	40.3	20.3	12.7	10.8	9.0	6.8	מכירות	חטיבת התמציות
63.2%	62.3%	46.2%	45.0%	39.9%	37.3%	31.1%	(%)	
25.5	23.4	22.5	14.2	14.9	13.9	13.8	מכירות	חטיבת חומרי הגלם
35.9%	36.2%	51.3%	50.4%	55.0%	57.7%	63.0%	(%)	
1.4	1.8	1.7	1.8	1.6	1.5	1.7	מכירות	סחר ושיווק
2.0%	2.8%	3.9%	6.4%	5.9%	6.2%	7.8%	(%)	
-0.8	-0.8	-0.6	-0.5	-0.2	-0.3	-0.4	מכירות	מכירות בין חטיבתיות
-1.1%	-1.2%	-1.4%	-1.8%	-0.7%	-1.2%	-1.8%	(%)	
71.0	64.7	43.9	28.2	27.1	24.1	21.9	סה"כ מכירות	

הרווח הגולמי

הרווח הגולמי גדל ברבעון הראשון של שנת 2006 בשיעור של 8.1% והגיע ל 27.2 מיליון דולר לעומת 25.1 מיליון דולר ברבעון הראשון של שנת 2005. הרווחיות הגולמית בתקופה עמדה על 38.3% לעומת 38.8% בתקופה המקבילה בשנת 2005. דחיית הביקוש למוצרי פרוטרם המשמשים לייצור מוצרי קיץ (כמו משקאות קלים, גלידות ויוגורטים), עקב החורף הקר והארוך באירופה, השפיעה על הרווחיות, בהיות מוצרים אלו בעלי שיעור רווחיות גבוה מהממוצע.

הוצאות המכירה והשיווק, המחקר והפיתוח, ההנהלה והכלליות

הוצאות המכירה והשיווק, המחקר והפיתוח, ההנהלה והכלליות הסתכמו ברבעון הראשון של שנת 2006 ל 16.7 מיליון דולר (23.5% מהמכירות) לעומת 15.6 מיליון דולר בתקופה המקבילה (24.1% מהמכירות). העלייה בהוצאות נובעת ברובה מתוספת פעילות Nesse שנרכשה בינואר 2006.

הרווח התפעולי

הרווח התפעולי ברבעון הראשון של שנת 2006 גדל בשיעור של 10.1% והסתכם ב 10.5 מיליון דולר לעומת 9.5 מיליון דולר ברבעון הראשון של שנת 2005. הרווחיות התפעולית בתקופה זו הגיעה ל 14.8% לעומת 14.7% בתקופה המקבילה בשנת 2005.

#### הוצאות/ הכנסות המימון

ברבעון הראשון של שנת 2006 הכנסות המימון הסתכמו ב 0.3 מיליון דולר (0.4% מהמכירות) לעומת הוצאות מימון של 0.2 מיליון דולר (0.3% מהמכירות) בתקופה המקבילה אשתקד.

המעבר מהוצאות מימון להכנסות נבעה, בעיקר, מפירעון חובותיה של החברה, לאחר גיוס ההון שביצעה פרוטרום במהלך הרבעון הראשון של שנת 2005 בבורסת לונדון, ומהריבית על יתרות המזומנים של החברה.

#### הרווח לפני מסים

הרווח לפני מסים ברבעון הראשון של שנת 2006 גדל ב 15.7% והגיע ל 10.8 מיליון דולר (15.2% מהמכירות) בהשוואה ל 9.4 מיליון דולר בתקופה המקבילה ב 2005 (14.4% מהמכירות).

#### מסים על ההכנסה

מסים על ההכנסה ברבעון הראשון של שנת 2006 הסתכמו ב 1.9 מיליון דולר (17.2% מהרווח לפני מס) לעומת 2.3 מיליון דולר בתקופה המקבילה אשתקד (24.1% מהרווח לפני מס). קיטון זה נובע הן מהגידול ברווח באזורים בעלי שיעור מס נמוך מהממוצע, והן מירידה בשיעור המס האפקטיבי בישראל, כולל בגין תקופות קודמות, בעקבות קבלת אשור למעמד של מפעל המאופיין במחזוריות טכנולוגית גבוהה.

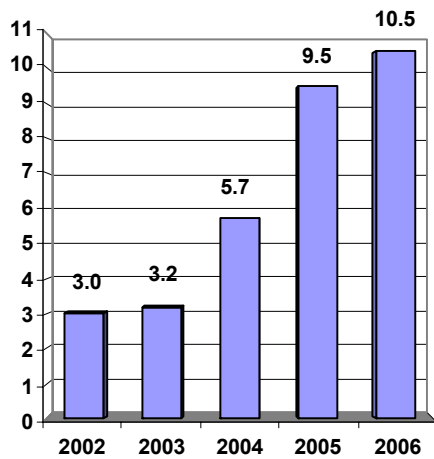
#### הרווח הנקי

הרווח הנקי ברבעון הראשון של שנת 2006 גדל בשיעור של 26.3% והגיע ל 9.0 מיליון דולר לעומת 7.1 מיליון דולר ברבעון הראשון של שנת 2005. הרווחיות הנקייה גדלה אף היא והגיעה ל 12.6% לעומת 11.0% ברבעון המקביל אשתקד.

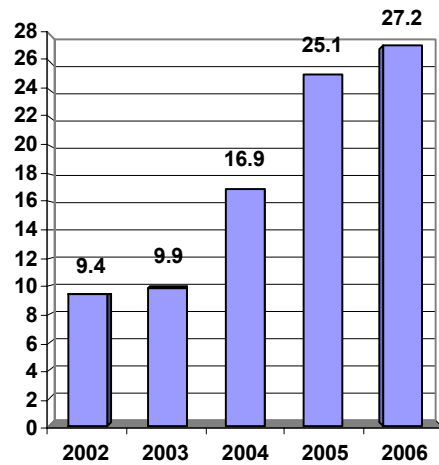


התפתחות הרווח (במיליוני דולר) ברבעון הראשון בשנים 2002 עד 2006

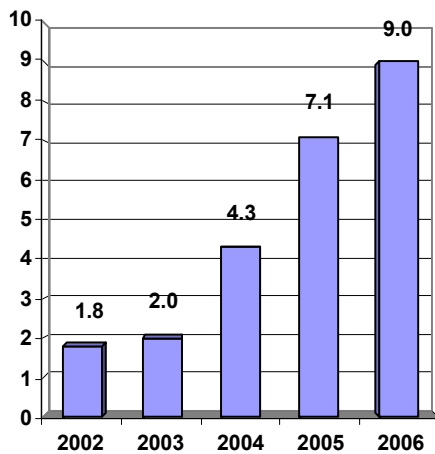
**רווח תפעולי**



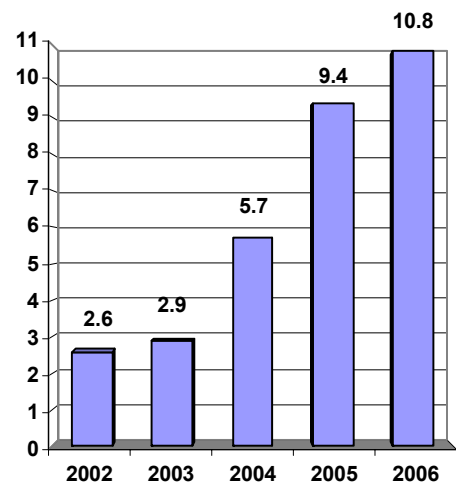
**רווח גולמי**



**רווח נקי**



**רווח לפני מס**



תמצית דוחות רווח והפסד רבעוניים (במיליוני דולרים):

רבעון 1 2005	רבעון 2 2005	רבעון 3 2005	רבעון 4 2005	רבעון 1 2006	
64.7	67.1	59.4	52.6	71.0	<b>הכנסות</b>
25.1	27.0	23.2	20.6	27.2	<b>רווח גולמי</b>
15.6	16.0	15.0	15.0	16.7	<b>הוצאות מו"פ מכירה, הנהלה וכלליות</b>
9.5	11.0	8.2	5.6	10.5	<b>רווח תפעולי</b>
11.8	12.9	10.2	7.6	13.0	<b>EBITDA</b>
0.2	0.2	0.1	-	-0.3	<b>הוצאות מימון</b>
9.4	10.9	8.1	6.0	10.8	<b>רווח לפני מס</b>
7.1	8.1	7.0	5.8	9.0	<b>רווח נקי</b>

פעילות פרוטרם מתאפיינת בתנודות עונתיות המתבטאות בדרך כלל במכירות ורווחיות (עקב תמהיל המוצרים) גבוהות יותר במחצית הראשונה של השנה ומכירות ורווחיות נמוכות יותר במחצית השנייה של השנה. חלק מהותי ממוצרי החברה משמשים את לקוחותיה לייצור משקאות ומוצרי חלב כגון משקאות קלים, גלידות ויוגורטים, מוצרים אשר הביקוש להם עולה באופן ניכר במהלך חודשי הקיץ. כתוצאה מכך, המכירות של תמציות וחומרי גלם מסויימים המיוצרים על ידי החברה עולות במהלך המחצית הראשונה של השנה, שכן יצרני משקאות ומוצרי חלב מגדילים מראש את המלאים ואת הייצור לקראת הביקוש המוגבר הצפוי בחודשי הקיץ.

השפעת התנודות העונתיות על תוצאות החברה ופעילותה התמתנו במהלך שנים האחרונות עם הגידול במכירות של מוצרים כגון תמציות טעם מלוחות (Savory), רכיבי מזון פונקציונלי טבעיים ומיצויים טבעיים מצמחי מרפא המיועדים לתעשיית הפארמה/נוטרה אשר מושפעים פחות מתנודות עונתיות בביקוש.

חלק ניכר ממכירותיה של חברת Nesse, אשר פרוטרם השלימה רכישת 70% מהון המניות שלה בחודש ינואר 2006, הינם לתחום ה Savory וגם הן צפויות למתן את השפעת העונתיות.

## המצב הכספי

סך הנכסים ליום 31 במרץ 2006 הסתכם ל 262.6 מיליון דולר, בהשוואה ל 240.9 מיליון דולר ב 31 במרץ 2005 ו 224.7 מיליון דולר ב 31 בדצמבר 2005.

הרכוש השוטף של החברה הסתכם ל 135.3 מיליון דולר, לעומת 136.4 מיליון דולר ב 31 במרץ 2005 ו 130.8 מיליון דולר ב 31 לדצמבר 2005.

הרכוש הקבוע בניכוי פחת שנצבר ורכוש אחר נטו ליום 31 במרץ 2006 הסתכם ב 127.3 מיליון דולר, לעומת 101.9 מיליון דולר בתום הרבעון הראשון אשתקד ו 93.8 מיליון דולר ב 31 לדצמבר 2005.

הגידול בנכסים בכלל וברכוש הקבוע בפרט נובע, בעיקר, מתוספת נכסי חברת Nesse שנרכשה בינואר 2006.

## נזילות

תזרים המזומנים מפעילות שוטפת שהשיגה פרוטרום ברבעון הראשון של שנת 2006 הסתכם ב 3.6 מיליון דולר לעומת תזרים של 5.5 מיליון דולר ברבעון הראשון של שנת 2005. הקיטון בתזרים המזומנים נובע מהגידול ביתרת הלקוחות כתוצאה מהעלייה המהותית במכירות ברבעון הראשון (71 מיליון דולר) לעומת המכירות ברבעון האחרון של שנת 2005 (52.6 מיליון דולר). ימי האשראי ירדו מ 71 יום ל 69 יום ברבעון המקביל. יתרת המזומן בתחילת הרבעון הראשון לשנת 2006 שימשה בעיקר לרכישת חברת Nesse, ולמימון השקעות ברכוש קבוע.

התזרים מפעילות השקעה במהלך הרבעון הראשון, כולל תשלום של כ 19.5 מיליון דולר (16.2 מיליון יורו) נטו, עבור רכישת 70% מהון המניות המונפק והנפרע של Nesse.

## מקורות המימון

### מקורות ההון של החברה

ההון העצמי של החברה ל 31 במרץ 2006 מסתכם ל 181.3 מיליון דולר (69.0% מסך המאזן) לעומת 161.4 מיליון דולר (67.0% מסך המאזן) ל 31 במרץ 2005. עיקר הגידול בהון העצמי נבע מהרווח בתקופה. שינוי בשער החליפין של הדולר לעומת מטבעות אחרים המשמשים מטבע הפעילות העיקרי של חברות בנות אוטונומיות, השפיע על קרן ההון מהפרשי תרגום, והגדיל את יתרת ההון העצמי. לסעיף זה אין השפעה על הרווח וההפסד ועל תזרים המזומנים. (מגמה זו צפויה להשתנות במהלך הרבעון השני של 2006).

#### הלוואות לזמן ארוך, כולל חלויות שוטפות של הלוואות לזמן ארוך (ממוצע לרבעון)

החברה צרכה אשראי לזמן ארוך מהבנקים ברבעון הראשון של שנת 2006 בסך 0.1 מיליון דולר. בתקופה המקבילה אשתקד הועמד לרשות החברה אשראי לזמן ארוך בסכום של 27.1 מיליון דולר.

#### אשראי לזמן קצר, ללא חלויות שוטפות של הלוואות לזמן ארוך (ממוצע לרבעון)

האשראי לזמן קצר מבנקים שהועמד לרשות החברה הסתכם לסך של 0.3 מיליון דולר. בתקופה המקבילה אשתקד הועמד לרשות החברה אשראי לזמן קצר בסכום של 15.1 מיליון דולר.

#### אשראי ספקים ולקוחות (ממוצע לרבעון)

ברבעון הראשון של שנת 2006 השתמשה החברה באשראי ספקים וזכאים בסך של 43.2 מיליון דולר (42.2 מיליון דולר בתקופה המקבילה אשתקד). במהלך הרבעון הראשון של 2006 החברה העמידה ללקוחותיה אשראי שהסתכם ל 51.8 מיליון דולר (47.6 מיליון דולר ברבעון המקביל בשנת 2005). הגידול באשראי הספקים והלקוחות נובע בעיקר מרכישת חברת Nesse ומהגידול בהיקף הפעילות לעומת שנת 2005.

### **רכישת Nesse**

ביום 17 לינואר 2006, חתמה פרוטרם על הסכם לרכישת 70% מהון המניות המונפק והנפרע של Nesse. הרכישה בוצעה באמצעות חברת Frutarom Germany GmbH שהינה חברה נכדה בבעלותה המלאה של פרוטרם. מחזור המכירות של Nesse בשנת 2004 עמד על 21.4 מיליון יורו.

Nesse פועלת מאז שנת 1880, וכיום הינה קבוצה בינלאומית המשיגה שיעורי צמיחה פנימית גבוהים ומעסיקה כ 120 עובדים. Nesse מפעילה שני אתרי ייצור בגרמניה ונציגויות שיווק ומכירות ב 20 מדינות נוספות, בעיקר במערב ובמזרח אירופה. Nesse עוסקת בפיתוח, ייצור, שיווק ומכירה של פתרונות Savory חדשניים וייחודיים הכוללים תמציות טעם שאינן מתוקות וחומרי גלם פונקציונליים ייחודיים. בסיס הלקוחות הרחב של Nesse כולל מאות יצרני מזון בעיקר במערב אירופה ובמזרחה.

תמורת רכישת 70% מהון המניות המונפק והנפרע של Nesse שילמה פרוטרם, במעמד חתימת ההסכם, 18.41 מיליון יורו. בנוסף, המוכרים זכאים לתשלום עתידי חד פעמי ב 31 למרץ 2008, שיתבסס על השיפור, במידה שיושג, ברווח התפעולי של Nesse במהלך השנים 2005 עד 2007. הרכישה ממונה ממקורותיה העצמיים של פרוטרם. במסגרת הסכם הרכישה נקבע עוד, כי לפרוטרם אופציית Call לרכוש ולמוכרים אופציית Put למכור, למשך תקופה של שנתיים החל מתום שנת 2007, את יתרת 30% של הון המניות המונפק והנפרע של Nesse. מחיר המימוש של האופציה יהיה שווה ל 30% מהרווח התפעולי השנתי הממוצע שיושג על ידי Nesse במהלך

שמונת הרבעונים שקדמו לרבעון בו תמומש האופציה, מוכפל ב 6.5 (ראה ביאור 3 לדוחות הכספיים).

רכישה אסטרטגית זו הינה צעד נוסף במימוש אסטרטגית הצמיחה המהירה של פרטרום. הרכישה מחזקת את היכולות הטכנולוגיות ואת סל המוצרים שמציעה פרטרום ללקוחותיה בתחום ה Savory ( תמציות הטעם שאינן מתוקות), ותומכת בהמשך חיזוקה ומיצובה של פרטרום במערב ובמזרח אירופה כספק מוביל בתחום תמציות הטעם.

פעילות ה Savory של Nesse סינרגטית לפעילותה של פרטרום, במעל ל 100 ארצות בהן פרטרום פועלת ובעיקר במערב ובמזרח אירופה. פרטרום פועלת לנצל תשתית השיווק והמכירות הגלובלית שלה, על מנת לממש את אפשרויות ה-Cross-Selling שרכישה זו מייצרת, הן על ידי הרחבת בסיס הלקוחות והן על ידי הרחבת סל המוצרים. הפעילות הנרכשת כוללת גם פעילויות במדינות נוספות בהן לפרטרום לא הייתה עד כה נוכחות משמעותית, כמו פולין, צ'כיה, לטביה, יוגוסלביה ומדינות נוספות.

#### **חלוקת דיבידנד בשנת 2006**

ב 14.3.2006 החליט דירקטוריון החברה על חלוקת דיבידנד במזומן בשיעור של 0.16 ₪ למניה ובסך כולל של 9.2 מיליון ₪. המועד הקובע היה 10.4.2006 והדיבידנד חולק ביום 24.4.2006.

#### **הצעה פרטית**

בהתאם להחלטת ועדת הביקורת ודירקטוריון החברה מיום 2 לינואר 2006 בדבר הצעה פרטית מהותית ורגילה ולאחר קבלת אישור הבורסה לניירות ערך בתל-אביב בע"מ לרישום למסחר של המניות שתנבענה ממימוש האופציות, הקצתה החברה ביום 31 לינואר 2006, 725,000 כתבי אופציה בלתי סחירים לארבעה עובדים בכירים של החברה. כתבי האופציה הוקצו לניצעים ללא תמורה בהתאם להוראות סעיף 102(ב)(3) לפקודת מס הכנסה (נוסח חדש). כל כתב אופציה ניתן למימוש למניה אחת רגילה של החברה, בתמורה לתשלום מחיר המימוש בסך 31.068 ₪ לאופציה, ובסך הכל ל 725,000 מניות רגילות של החברה (ראה ביאור 5 לדוחות הכספיים).

#### **דיווח איכותי בדבר חשיפות לסיכוני שוק ודרכי ניהולן**

פעילותה של החברה מתאפיינת בביזור ניכר. במסגרת שתי החטיבות שלה מייצרת החברה אלפי מוצרים, המיועדים לאלפי לקוחות ברחבי העולם, תוך שימוש באלפי חומרי גלם הנרכשים ממגוון רחב של ספקים בעולם. החברה אינה תלויה מהותית במי מלקוחותיה, מוצריה או ספקיה.

החברה פועלת בסביבה רב-מטבעית. החשיפה המטבעית נבדקת לפי הצורך, לפחות אחת לרבעון. החברה אינה נוקטת, בדרך כלל, בפעולות גידור חיצוניות או משתמשת במכשירים פיננסיים אחרים

להגנות כנגד שינויים בשערי החליפין. האחראי בחברה לניהול סיכוני השוק בתחום שערי החליפין והריבית הינו מנהל הכספים.

האחראים לניהול סיכוני השוק בתחום שינויים במחירי חומרי הגלם הם מנהלי החטיבות. הנהלת החברה והדירקטוריון מעודכנים בשינויים מהותיים ברמת החשיפה של החברה לסיכונים השונים, ומקיימים דיונים בנושא במידת הצורך.

## סקר עמיתים

בהתאם להנחיית הרשות לניירות ערך מיום 28 ביולי 2005 בעניין גילוי בדבר מתן הסכמה לביצוע סקר עמיתים שמטרתו, על פי ההנחיה האמורה, להניע תהליך בקרה על עבודת הביקורת המבוצעת על ידי רואה החשבון המבקר, אשר יתרום לקיום שוק הון מתקדם, החברה נתנה את הסכמתה להעברת החומר הנדרש הקשור לסקר עמיתים. הסכמת החברה כאמור ניתנה בכפוף לקבלת התחייבותו של רואה החשבון המבקר לפיה קודם לתחילת סקירת החומר הקשור לחברה יודא רואה החשבון המבקר של החברה, כי רואי החשבון הסוקרים יתחייבו לשמירה על סודיות כל מידע שיועבר אליהם במסגרת נוהל סקירת העמיתים וכן יתחייבו להמנע מהמצאות במצב של ניגוד עניינים.

## אירועים לאחר תאריך המאזן

לא היו אירועים מיוחדים לאחר תאריך המאזן.

דירקטוריון פרוטרם קיים שתי ישיבות במהלך הרבעון הראשון של השנה.

מועצת המנהלים מודה לעובדי פרוטרם ולהנהלתה על ההישגים הנאים שהושגו.

אורי יהודאי  
נשיא ומנהל עסקים ראשי

ד"ר ג'ון פרבר  
יו"ר הדירקטוריון

תאריך: 22 במאי 2006