

סומוטו מפרסמת תוצאות כספיות לרבעון ראשון 2018:

הכנסות של 11.8 מיליון דולר וצמיחה ב- EBITDA שהסתכמה בסך

2.2 מיליון דולר, בהתאם להערכותיה המקדמיות

להערכת הנהלת החברה, הרווח התפעולי לפני פחת והפחתות ברבעון השני של שנת 2018 יגדל בהשוואה לרווח התפעולי לפני פחת והפחתות של הרבעון הראשון של שנת 2018

גידול משמעותי של כ- 87% ביחס לרבעון הרביעי 2017 בהוצאות מכירה ושיווק בקשר עם הפצת מוצרי החברה, שההוצאות בגינן נרשמו במהלך הרבעון הראשון וההכנסות בגינן ימשיכו לבוא לידי ביטוי ברבעונים הבאים

צמיחה חזקה בתחום הפצת האפליקציות והשלמת הרה-ארגון בתחום הפרסום בווידיאו

דיבידנדים של 16.7 מיליון ש"ח מתחילת השנה המייצגים תשואת דיבידנד של 12.24%

נכון לסוף הרבעון הראשון של 2018 לחברה היתה קופת מזומנים ושווי מזומנים, לרבות מזומן מוגבל של כ- 15 מיליון דולר והיתרה נטו בניכוי אשראי מתאגיד בנקאי עמדה על כ- 10.7 מיליון דולר. נכון למועד דוח זה, יתרת המזומנים ושווה המזומנים לרבות מזומן מוגבל עומדת על כ- 18.5 מיליון דולר והיתרה נטו בניכוי אשראי מתאגיד בנקאי עומדת על כ- 12.3 מיליון דולר

לאור תזרים המזומנים ויתרת המזומנים, החברה הכריזה על דיבידנד של 15 מיליון שקל שישולם ב- 31 במאי 2018 המצטרף לדיבידנד בהיקף של 1.7 מיליון שקל שחולק באפריל השנה, חלוקות המייצגות תשואת דיבידנד של 12.24% מתחילת השנה

החברה ביצעה רכישה חוזרת של מניות בהיקף של 4.3 מיליון שקל מתחילת השנה

החברה השיקה לאחרונה פלטפורמת פרסום בוידאו חדשנית ומתקדמת



רמת החייל, 23 במאי 2018 - סומוטו (ת"א: סמטו), חברה ישראלית בעלת פעילות גלובלית, המתמחה בשיווק ופרסום באינטרנט, בוידאו ובמובייל ובהפצת תוכנות ואפליקציות עבור סביבות PC, Android ו-iOS, מדווחת על תוצאותיה הכספיות לרבעון הראשון של 2018. ההכנסות וה-EBITDA הינן בהתאם להערכותיה המקדמיות של החברה ועל רקע צמיחה מהירה בתחום הפצת האפליקציות והשלמת רה-ארגון בתחום הוידאו שתוצאותיו החלו לבוא לידי ביטוי ברבעון הראשון של 2018 ויבואו לידי ביטוי משמעותי יותר ברבעון השני ובהמשך שנת 2018.

אסף יצחיאק, מנכ"ל סומוטו וסמנכ"ל הכספים: "אנו פותחים את השנה עם צמיחה מהירה ורווחית של תחום הפצת האפליקציות, זאת הודות להשקעות שביצענו ברבעונים האחרונים שאת פירותיהן אנו קוצרים כעת וצפויים לקצור גם בהמשך השנה, שיפורים אלו מביאים לידי ביטוי את יישום האסטרטגיה שבחרה החברה לפעילות זו. בהסתכלות להמשך השנה, אנו מעריכים כי ה-EBITDA ברבעון השני של שנת 2018 ימשיך את מגמת הצמיחה ויגדל בהשוואה לרבעון הראשון 2018.

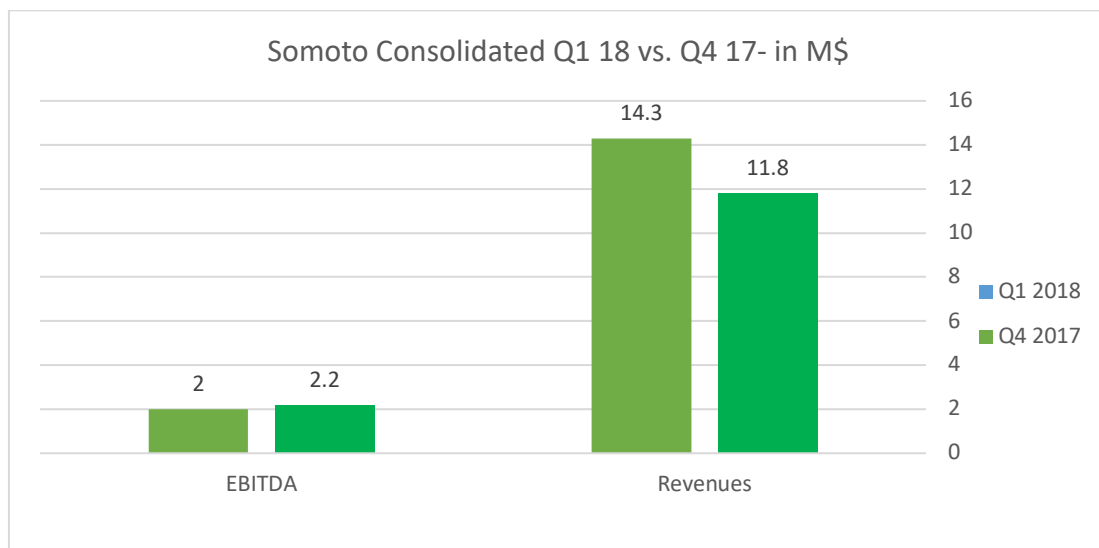
באשר למגזר הפרסום בוידאו, אנו מעריכים כי תוצאותיו יראו מגמת שיפור ברבעון השני של שנה זו לעומת תוצאות מגזר זה ברבעון הראשון 2018.

בתחום הוידאו, השלמנו במהלך הרבעון הראשון והשני של 2018 רה-ארגון, שתוצאותיו החלו לבוא לידי ביטוי ברבעון הראשון, אך יבואו לידי ביטוי מלא החל מהרבעון השני של השנה וברבעונים הבאים. אנו ממוקדים ביצירת הערך לבעלי המניות שלנו ודירקטוריון החברה אישר חלוקת דיבידנד של 15 מיליון שקל שיחולק בסוף החודש המצטרך לדיבידנד של 1.7 מיליון שקל שחולק מתחילת השנה וסה"כ משקף תשואת דיבידנד של 12.24% נכון לשווי החברה במועדי אישור הדיבידנד, זאת במקביל לרכישה חוזרת של מניות בסך של כ-4.3 מיליון שקל שבוצעה מתחילת השנה.

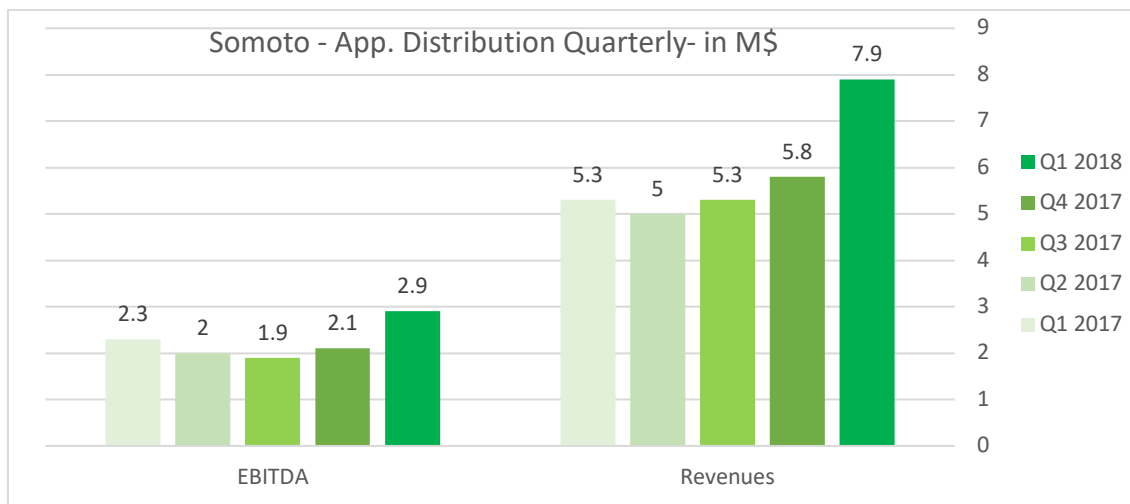
אנו ממשיכים לייצר תזרים מזומנים שוטף חיובי ברבעון הראשון של 2018. הנזילות הגבוהה מאפשרת לנו לשמר תוכנית התרחבות של החברה ולממש אסטרטגיית צמיחה תוך בחינת רכישת פעילויות סינרגטיות בתחומים משיקים לליבת הפעילות, מתוך מטרה להציף ערך לבעלי המניות של החברה."



תוצאות מאוחדות של פעילות החברה:



תוצאות החברה במגזר הפצת האפליקציות על בסיס רבעוני:



הכנסות החברה ברבעון הראשון של 2018 הסתכמו בכ- 11.8 מיליון דולר. עיקר הקיטון בהכנסות נובע מהקיטון בפעילות הפרסום בוידאו כך שההכנסות מפעילות הפרסום בוידאו ברבעון הראשון של 2018 הסתכמו לכ- 3.9 מיליון דולר בהשוואה לכ- 9.1 מיליון דולר בתקופה המקבילה אשתקד וסך של כ- 8.5 מיליון דולר ברבעון הרביעי לשנת 2017. במהלך הרבעון הראשון והשני של 2018 השלימה החברה תוכנית התייעלות מקיפה בתחום הפרסום בוידאו שכללה התאמת מסגרת הוצאות והתמקדות בתחומי הפעילות הרווחיים יותר בחברה. החברה מציינת



כי השלמת התוכנית השפיעה לחיוב באופן חלקי בלבד ברבעון הראשון של 2018 ותבוא לידי ביטוי מלא ברבעונים הבאים של 2018.

ה- EBITDA (רווח תפעולי לפני פחת והפחתות) ברבעון הראשון של 2018 הסתכם בכ- 2.2 מיליון דולר, עליה ביחס ל-EBITDA של 2.0 ברבעון הרביעי של 2017, וירידה בהשוואה ל-EBITDA של 3.2 מיליון דולר ברבעון הראשון של 2017.

ברבעון הראשון של 2018 התחזקה מגמת הצמיחה בריווחי החברה **ממגזר הפצת האפליקציות** באופן שה-EBITDA (הרווח התפעולי לפני פחת והפחתות) ממגזר זה גדל בכ- 39% והסתכם לכ- 2.9 מיליון דולר ברבעון בהשוואה לכ- 2.1 מיליון דולר ברבעון הרביעי של שנת 2017 וגדל בכ- 27% ביחס לרבעון המקביל אשתקד בו הסתכמה ה-EBITDA בכ- 2.3 מיליון דולר. השיפור בתוצאות החברה במגזר זה, משתקף גם בשמירה על שיעורי הריווחיות וזאת על אף המשך הגדלת קצב הוצאות מכירה ושיווק, ברבעון הראשון של 2018, בהשוואה לרבעון רביעי של 2017, בקשר עם הפצת מוצרי החברה דרך רשתות פרסום מקוונות במגזר זה אשר ההוצאות בגינן נרשמות בעת התהוותן וההכנסות מתהוות לאורך זמן. מגמת צמיחה משמעותית זו בריווחי החברה הנובעים ממגזר הפצת האפליקציות היא ביטוי ליישום אסטרטגיה שבחרה החברה למגזר זה ובין השאר מקבלת ביטוי ביכולת החברה להגדיל את היקף פעילותה ומגוון מוצריה והפתרונות אותן מאפשרת החברה בתחום פעילות זה.

מגזר הפרסום בוידאו ברבעון הראשון של 2018 הסב לחברה EBITDA שלילית (הפסד תפעולי לפני פחת והפחתות) של כ- 700 אלפי דולר. להערכת הנהלת החברה, הרבעון הראשון של השנה הינו, מסורתית הרבעון החלש של השנה בתחום הפרסום בוידאו. בנוסף, פעולות התאמת ההוצאות להיקף פעילות החברה בתחום זה אותן השלימה החברה, וכן ההתמקדות בתחומי הפעילות הריווחיים יותר במגזר זה לא קיבלו ביטוי מלא ברבעון הראשון ויקבלו ביטוי ברבעון השני של שנה זו וברבעונים הבאים. במגזר זה מבצעת החברה השקעות משמעותיות במחקר ופיתוח, שאינן מהוונות ונרשמות כהוצאה עם התהוותן, ועתידות לשמר ולחזק את הבסיס הטכנולוגי של החברה. על רקע השקעות אלו הכריזה החברה על פלטפורמה טכנולוגית מתקדמת לפרסום בוידאו, שפותחה על ידה, והמיועדת לקצר באופן משמעותי את הקשר בין מפרסם לבעל האתר, עם שקיפות מירבית ויצירת ערך משמעותית למפרסמים ולבעלי שטחי הפרסום.

הוצאות המכירה והשיווק כוללות בעיקרן הוצאות בקשר עם הפצת מוצרי החברה דרך רשתות פרסום מקוונות. ברבעון הראשון של שנת 2018 חלה עליה של כ- 1.3 מיליון דולר לכ- 2.8 מיליון דולר, גידול של 87%, בהוצאות אלה בהשוואה לרבעון הרביעי לשנת 2017, בו נרשמו הוצאות של כ- 1.5 מיליון דולר וזאת לאור המשך גידול הפרסום דרך קמפיינים קיימים וחדשים. יש לציין כי ההוצאות האמורות נוקפות לרווח וההפסד במועד התהוותן וההכנסות נרשמות לאורך זמן.

הרווח הנקי ברבעון הראשון של 2018 הסתכם בסך של 0.5 מיליון דולר בהשוואה לרווח נקי של 1.1 מיליון דולר ברבעון הרביעי של 2017 ורווח נקי של 0.6 מיליון דולר ברבעון הראשון של שנת 2017. שיעור הרווח הנקי ברבעון



הראשון של שנת 2018 עמד על 3.9%, בהשוואה לשיעור של 7.7% ברבעון הרביעי 2017 ובהשוואה לשיעור של 4.4% ברבעון הראשון של 2017.

יתרת המזומנים ושווי המזומנים לרבות מזומנים מוגבלים נכון לסוף רבעון ראשון של 2018 עמדה על כ- 15.0 מיליון דולר, והיתרה נטו בניכוי אשראי מתאגיד בנקאי על כ- 10.7 מיליון דולר בהשוואה ליתרה נטו בסך של כ- 12.2 מיליון דולר נכון ליום 31 בדצמבר 2017. החברה ממשיכה לייצר תזרים מזומנים משמעותי חיובי מפעילות שוטפת. ברבעון זה, אף שילמה החברה תשלומים של כ- 2.5 מיליון דולר בגין תשלומים מבוססי עמידה ביעדים בקשר עם רכישת מימ וידאו וכן כ- 3.7 מיליון ש"ח בגין רכישת מניות עצמית - סך התשלומים מסתכמים לכ- 3.6 מיליון דולר.

בחודש מאי 2018, הכריזה החברה על **חלוקת דיבידנד** לבעלי מניותיה בגובה של 15 מיליון ש"ח. חלוקת הדיבידנד כאמור היוותה ביום הדיווח תשואת דיבידנד של כ-11% על שווי החברה. בנוסף לחלוקת דיבידנד זו חילקה החברה בשנת 2018 דיבידנד נוסף בסך של כ- 1.7 מיליון ש"ח ובתשואת דיבידנד של כ- 1.24% באופן שסך הדיבידנד שיחולק בשנת 2018 יסתכם לכ- 16.7 מיליון ש"ח ויהווה תשואת דיבידנד של כ- 12.24%. בחודש מאי 2018, ובקשר עם הכרזת הדיבידנד, החליט דירקטוריון החברה על סיום תוכניות רכישת המניות העצמית של החברה. במסגרת התוכניות כאמור, שאושרו בחודשים נובמבר 2017 וינואר 2018, רכשה החברה סך של 3,110,231 מניות בעלות כוללת של כ- 6 מיליון ש"ח בשנים 2017 ו- 2018.

הערכות וכוונות החברה המובאות בסעיף זה לעיל, ובפרט באשר ל: (1) הערכות החברה ביחס לצמיחה בכלל וברווח התפעולי בפרט ברבעון השני לשנת 2018 לעומת רבעון זה ובשנת 2018 כולה; (2) הערכות החברה ביחס להשפעות תכנית ההתייעלות; (3) כוונות ביחס לרכישות אטרקטיביות במהלך שנת 2018 והמשך אסטרטגיית מיזוגים ורכישות; (4) כוונות החברה ביחס להוצאות מכירה ושיווק והוצאות מחקר ופיתוח; (5) הערכות החברה ביחס לעונתיות הפעילות בתחום הפרסום בוידאו; (6) הערכות ביחס לשחיקה בשיעורי רווחיות הפרסום בוידאו (7) הערכות החברה ביחס ליתרת המזומנים ושווי המזומנים לרבות מזומן מוגבל והיתרה נטו ותזרים המזומנים לתקופה שלאחר מועד דוח זה, הינן מידע צופה פני עתידכהגדרתו בחוק ניירות ערך, התשכ"ח-1968, אשר התממשותן אינה וודאית ואינה מצויה בשליטת החברה בלבד. אין כל וודאות כי הערכות החברה כאמור תתממשנה, כולן או חלקן, או שתתממשנה באופן שונה מכפי שנצפו על ידי החברה, וזאת בין היתר, בשל תלותם בגורמים חיצוניים שאינם בשליטת החברה ו/או התממשות אי אילו מגורמי הסיכון הנזכרים בסעיף 47 לפרק א' לדוח התקופתי.

אודות סומוטו

סומוטו (ת"א: סמטו) היא חברה תוכנה ישראלית בעלת פעילות גלובלית, העוסקת בשיווק באינטרנט, פירסום בוידאו, ובשיווק, הפצה, פיתוח והתקנה חכמה אוטומטית של אפליקציות ממפרסמים שונים, פתרונות מוניטיזציה ופתרונות



מעקב ודיווח לתעשיית התקנת האפליקציות למחשבים אישיים ולמכשירי סלולר. זאת באמצעות טכנולוגיות מתקדמות אותן פיתחה החברה. בהתאם לאסטרטגיית הצמיחה של סומוטו ובמטרה להעמיק את פעילות החברה בסביבת Mac, רכשה החברה בשנת 2014 את חברת ג'ניו כחברה בת בבעלות מלאה. ג'ניו עוסקת בפיתוח טכנולוגיות מוניטיזציה ופרסום מותאם משתמש באינטרנט לסביבת ה-Mac, ומוצר הדגל שלה הוא דף בית חכם, זוכה פרסי חדשנות, המבוסס על טכנולוגיית בינה מלאכותית מוגנת פטנטים לצורך התאמת התוכן להעדפות המשתמש. החברה מייצרת הכנסות משאילתות חיפוש של המשתמשים בדף הבית החכם, ומפרסום ושיווק בדף זה. במאי 2014 רכשה סומוטו את חברת טאבאטו כחברה בבעלות מלאה. טאבאטו פועלת בתחום המובייל ורכישתה היתה חלק מאסטרטגיית החברה לחדור לתחום ולהרחיב את בסיס השותפים העסקיים. בינואר 2016 רכשה סומוטו את חברת טרסר טיוד כחברה בבעלות מלאה. טרסר מציעה למפרסמים ובעלי תוכן במובייל ובדסקטופ פתרונות מוניטיזציה מבוססי פרסום בוידאו, ישירות מול ספקי שטחי פרסום באינטרנט או באמצעות חברות צד שלישי. רכישת טרסר מהווה מנוע צמיחה חשוב עבור סומוטו בשנים הקרובות והיא חלק מחזונה להשגת דריסת רגל והעמקת הפעילות בתחום הפרסום בוידאו ובמובייל, אותו זיהתה כסינרגטי, אטרקטיבי, ובעל קצב צמיחה מהיר. בספטמבר 2016 רכשה החברה את Meme Video שהינה חברה טכנולוגית העוסקת אף בתחום הפרסום בוידאו ובמובייל. סומוטו פועלת באמצעות מספר רב של שותפים ומפיצה מגוון אפליקציות.

החברה נוסדה ב-2009 ומשרדי ההנהלה שלה נמצאים בתל אביב. <http://www.somoto.com/>