



**סומוטו מסכמת את 2018 עם עלייה ברווח ובשיעורי הרווחיות וחלוקת דיבידנד משמעותית:**

**הכנסות שנתיות בסך של כ- 54.3 מיליון דולר**

**EBITDA בסך של כ- 13.4 מיליון דולר**

**תזרים מזומנים מפעילות שוטפת של כ- 13.6 מיליון דולר**

**בשנת 2018 חולק דיבידנד בסך כ- 33.7 מיליון שקל, בתשואה של כ- 23.05% הוכרז וחולק דיבידנד ראשון בשנת 2019 בסך 12 מיליון שקל בתשואה של כ- 7.1%**

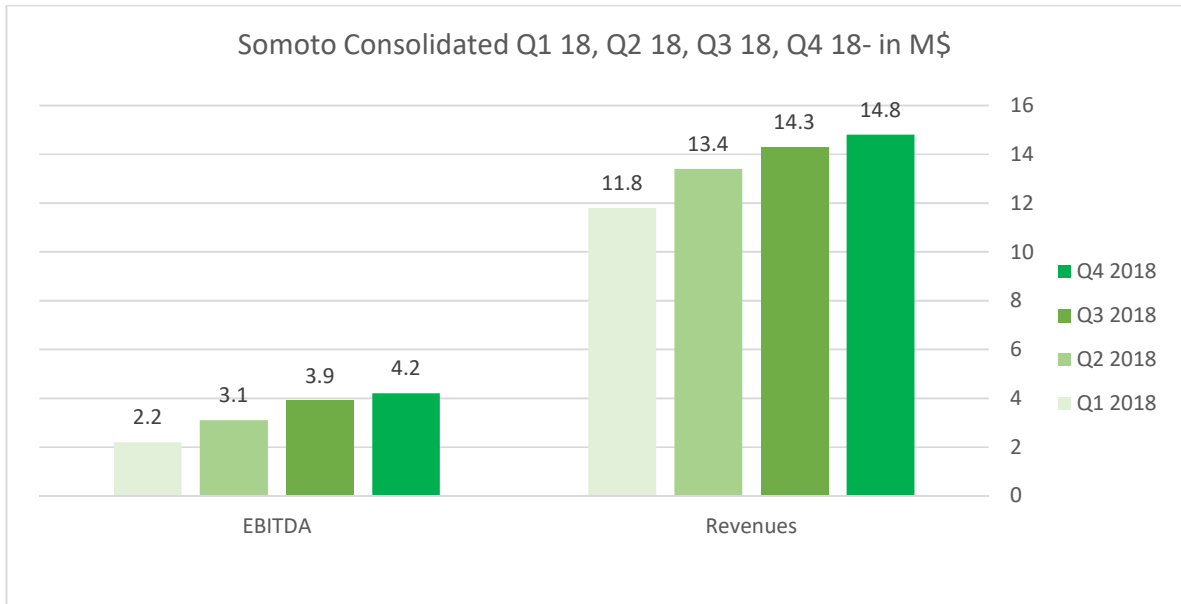
**הרבעון הרביעי של 2018 היה הטוב ביותר בשנה זו עם הכנסות בסך של כ- 14.8 מיליון דולר, EBITDA בסך של כ- 4.2 מיליון דולר, שולי רווח של כ- 28.4% ותזרים מזומנים שוטף של כ- 3.9 מיליון דולר**

על אף חלוקת דיבידנד משמעותית לבעלי המניות, החברה **שומרת על נזילות גבוהה**. נכון לסוף הרבעון הרביעי של 2018, קופת מזומנים ושווי מזומנים, לרבות מזומן מוגבל עמדה על כ- 17.2 מיליון דולר והיתרה נטו בניכוי אשראי מתאגיד בנקאי עמדה על כ- 12.7 מיליון דולר. ליום דוח זה קופת מזומנים ושווי המזומנים, לרבות מזומן מוגבל הסתכמו לכ- 18 מיליון דולר והיתרה נטו בניכוי אשראי מתאגיד בנקאי עמדה על כ- 13.9 מיליון דולר וזאת על אף חלוקת דיבידנד של כ- 3.2 מיליון דולר בחודש פברואר 2019.

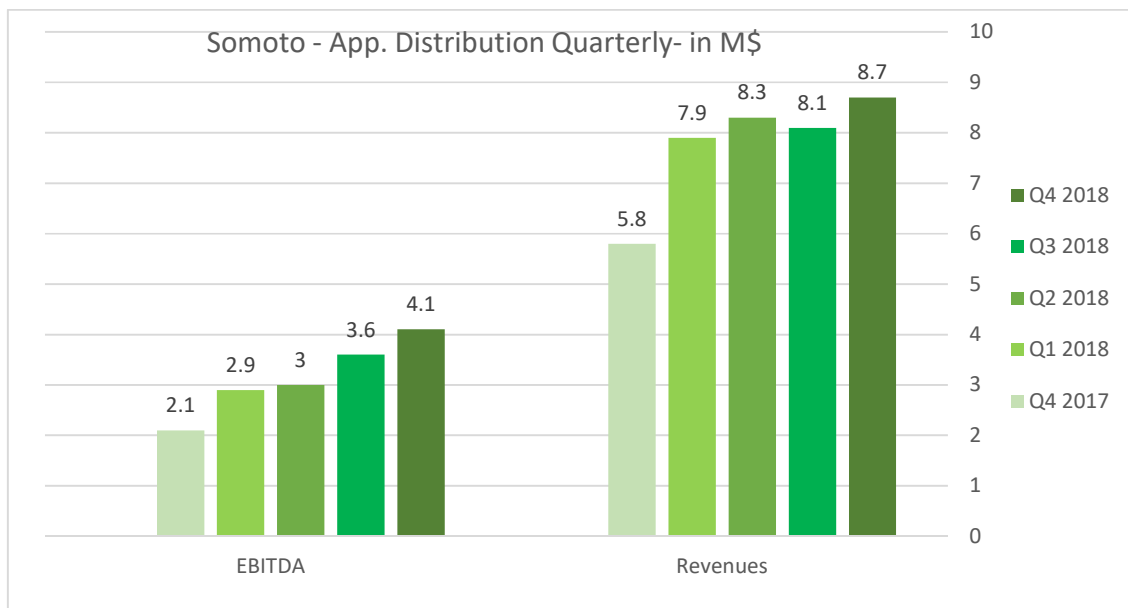
תל אביב, 18 במרץ 2019 - סומוטו (ת"א: סמטו), חברה ישראלית בעלת פעילות גלובלית, המתמחה בשיווק ופרסום באינטרנט, בוידאו ובמובייל ובהפצת תוכנות ואפליקציות עבור סביבות PC, Android ו-iOS, מדווחת על תוצאותיה הכספיות לרבעון הרביעי ולשנת 2018 כולה. ההכנסות וה- EBITDA הינן בהתאם לתחזיות החברה ועל רקע צמיחה בתחום הפצת האפליקציות והמשך הריווחיות בתחום הפרסום בוידאו.



**תוצאות החברה המאוחדות:**



**תוצאות החברה במגזר הפצת האפליקציות על בסיס רבעוני:**





**אסף יצחיאק, מנכ"ל סומוטו וסמנכ"ל הכספים:** "אנו מסכמים את 2018 בה הצלחנו להציג שיפור משמעותי בשיעורי הרווחיות, עליה ב-EBITDA ועליה ברווחי החברה. תוצאות אלו איפשרו לנו, מחד לחלק דיבידנד בהיקף משמעותי לבעלי המניות של החברה ומאידך להמשיך להשקיע במחקר ופיתוח לחיזוק היתרון הטכנולוגי של החברה.

**אנו ממשיכים בקידום תחום הפצת האפליקציות,** עוגן מרכזי בפעילות החברה שההכנסות ממנו צמחו השנה בכ- 53% לסך של 33 מיליון דולר והציג EBITDA בסך 13.6 מיליון דולר. בהסתכלות רבעונית, ניתן לראות עלייה בשיעור ה-EBITDA לאורך השנה כשהרבעון הרביעי היה הטוב ביותר עם שיעור EBITDA של 46% **במגזר זה. בתחום הפרסום בוידאו** השלמנו תוכנית התייעלות ברבעון הראשון של 2018, והחזרנו את התחום לרווח כבר ברבעון השני תוך שמירה על רווחיות ברבעונים השלישי והרביעי.

בשנת 2018 השקענו כ- 4.5 מיליון דולר במחקר ופיתוח והשקעה בטכנולוגיות אשר תורמות לחיזוק המיצוב התחרותי שלנו, מאפשרת לנו לספק ערך טוב יותר למפרסמים תוך ביצוע אופטימיזציה והחזר גבוה יותר בקניית מדיה. השקעה זו תרמה לעלייה ברווחים ולשיפור שיעורי הרווחיות של החברה.

לאור השיפור המתמשך בתוצאות החברה, עליה ברווחיות ותזרים מזומנים חזק במהלך שנת 2018, חילקנו ב-2018, דיבידנד מצטבר של כ- 33.7 מיליון שקל בתשואת דיבידנד גבוהה של 23.05% וחילקנו דיבידנד ראשון בשנת 2019 בסך של 12 מיליון שקל ובתשואה של 7.1%.

התזרים החזק ויתרות המזומנים הגבוהות מאפשרים לנו להשיא תשואה גבוהה לבעלי המניות לצד מימוש אסטרטגיית החברה לצמיחה אורגנית ובחינת מיזוגים ורכישות."

#### **פירוט תוצאות החברה המאוחדות:**

**ברבעון הרביעי של 2018 התחזקה מגמת הצמיחה והכנסות החברה** הסתכמו בכ- 14.8 מיליון דולר, גידול של כ- 3.5%, כ- 10.5% וכ- 3.4% לעומת כ- 14.3, כ- 13.4 וכ- 14.3 מיליון דולר ברבעון השלישי והשני של שנת 2018 וברבעון הרביעי לשנת 2017, בהתאמה.

**הכנסות החברה בשנת 2018** הסתכמו בכ- 54.3 מיליון דולר, ירידה של כ- 16% בהשוואה לכ- 64.7 מיליון דולר בשנת 2017. הקיטון בהכנסות נובע מקיטון מהיקפי הפעילות הפרסום בוידאו כאשר מנגד חל גידול בהכנסות החברה מהפצת אפליקציות. ההכנסות מפעילות הפרסום בוידאו בשנת 2018 הסתכמו לכ- 21.3 מיליון דולר, וזאת בהשוואה להכנסות מפעילות זו של כ- 43.2 מיליון דולר בשנת 2017. מנגד, כאמור, חל גידול בהכנסות החברה מהפצת אפליקציות באופן שבו ההכנסות מפעילות זו בשנת 2018 הסתכמו לכ- 33 מיליון דולר וזאת בהשוואה להכנסות מפעילות זו של כ- 21.5 מיליון דולר בשנת 2017.



ברבעון הרביעי לשנת 2018, הרווח התפעולי לפני פחת והפחתות (EBITDA), הסתכם לסך של כ- 4.2 מיליון דולר, בהתאם לתחזיות החברה הראשוניות וגדל בכ- 7.7%, בכ- 35.5% ובכ- 110% בהשוואה ל- EBITDA של כ- 3.9, כ- 3.1 וכ- 2.0 מיליון דולר ברבעון השלישי והשני של שנת 2018 וברבעון הרביעי לשנת 2017, בהתאמה. שולי הרווח של ה- EBITDA מהווים כ- 28.4% מההכנסות ברבעון זה, בהשוואה לשיעור EBITDA של כ- 27.3%, כ- 23.12% וכ- 14% מההכנסות ברבעון השלישי והשני של שנת 2018 וברבעון הרביעי לשנת 2017, בהתאמה. העלייה כאמור ב- EBITDA נובעת מהמשך שיפור בתוצאות מגזר הפצת האפליקציות וכן משמירה על רווחיות בשלושת הרבעונים האחרונים של 2018 בתחום הפרסום בוידאו.

#### **תחום הפצת האפליקציות** - ברבעון זה המשיכה מגמת הצמיחה ברווח התפעולי לפני פחת והפחתות (EBITDA)

במגזר הפצת האפליקציות באופן שה- EBITDA ברבעון הרביעי של שנת 2018 במגזר זה הסתכם לסך של כ- 4.0 מיליון דולר בהשוואה לסך של כ- 3.7, כ- 3.0 וכ- 2.1 מיליון דולר ברבעון השלישי והשני של שנת 2018 וברבעון הרביעי לשנת 2017, המהווים גידול של כ- 8.1%, כ- 33.3% ושל כ- 90.48%, ביחס לתקופות האמורות, בהתאמה. הכנסות החברה ברבעון הרביעי לשנת 2018, ממגזר זה הסתכמו לסך של כ- 8.7 מיליון דולר בהשוואה לכ- 8.1, כ- 8.3 וכ- 5.8 מיליון דולר ברבעון השלישי והשני של שנת 2018 וברבעון הרביעי לשנת 2017, המהווים גידול של כ- 8.86%, כ- 6.0% ושל כ- 51.72%, ביחס לתקופות האמורות, בהתאמה.

השיפור בתוצאות החברה במגזר זה משתקף גם בשמירה ואף גידול בשיעורי ה- EBITDA שהסתכמו לכ- 45.5% ביחס להכנסות מגזר זה ברבעון הרביעי לשנת 2018 בהשוואה לשיעורי EBITDA של כ- 44.4%, כ- 36.0% וכ- 36.2% ברבעון השלישי והשני של שנת 2018 וברבעון הרביעי לשנת 2017, בהתאמה, וזאת על אף הוצאות מכירה ושיוק בקשר עם הפצת מוצרי החברה דרך רשתות פרסום מקוונות במגזר זה, בסך של כ- 2.4 מיליון דולר ברבעון הרביעי לשנת 2018 וסך של כ- 1.9, כ- 2.7 וכ- 1.5 מיליון דולר ברבעון השלישי והשני של שנת 2018 וברבעון הרביעי לשנת 2017, בהתאמה, אשר ההוצאות בגינן נרשמות בעת התהוותן וההכנסות מתהוות לאורך זמן. המשך מגמת צמיחה זו בריווחי החברה הנובעת ממגזר הפצת האפליקציות היא ביטוי ליישום האסטרטגיה שבחרה החברה למגזר זה ובין השאר מקבלת ביטוי בעדכון חלק ממערכות היחסים העסקיות עם לקוחותיה, וכן ביכולת החברה להגדיל את היקף פעילותה ומגוון מוצריה והפתרונות אותם מאפשרת החברה בתחום פעילות זה.

#### **תחום הפרסום בוידאו המשיך להציג רווחיות** ברבעון זה. במסגרת פעילות הפרסום בוידאו, החברה ממשיכה

להשקיע ולפתח תחומי פעילות נוספים בתחום זה כגון תחום הפעילות החדש - Connected TV, שלהערכת הנהלת החברה עשוי להוות מנוע צמיחה חשוב לחברה וזאת בשל מעבר הולך וגובר לשימוש בטלוויזיות דיגיטליות חכמות וכן תחום הפרסום על גבי פלטפורמות אודיו, תחום בו החברה מתכננת להרחיב את הקפי השקעתה במהלך 2019.

מגזר זה, כאמור, ממשיך להציג רווחיות ברבעון הרביעי לשנת 2018 כאשר הרווח התפעולי ברבעון הרביעי של



שנת 2018 הסתכם בכ- 181 אלפי דולר, וזאת בהשוואה לכ- 264 אלפי דולר ברבעון השלישי לשנת 2018, כ- 130 אלפי דולר ברבעון השני לשנת 2018 והפסד תפעולי של כ- 700 אלפי דולר ברבעון הראשון לשנת 2018. ברבעון זה המשיכה הנהלת החברה את מימוש תכנית ההתייעלות בתחום זה אשר הניבה חזרה לרווחיות החל מהרבעון השני של שנת 2018.

**בשנת 2018, הכנסות החברה ממגזר פעילות זה הסתכמו לכ- 21.3 מיליון דולר וזאת בהשוואה לכ- 43.2 מיליון דולר בשנת 2017.** ה-EBITDA בשנת 2018 הסתכם להפסד של כ- 152 אלפי דולר ביחס לרווח של כ- 4 מיליון דולר במגזר זה בשנת 2017. ברבעון האחרון של שנת 2017, החברה זיהתה שחיקה בשיעורי הריווחיות וברווחיות מפעילות הפרסום בוידאו ביחס לשיעורים ולריווחיות אליהם הגיעה בעבר, מגמה אשר נמשכה לתוך הרבעון הראשון של 2018. בקשר עם האמור, החברה פעלה להתאים את היקפי ההוצאות בפעילות זו לשינויים האמורים אותם זיהתה וכן למקד את פעילותה בתחום זה בתחומים אשר להערכתה הם בעלי שיעורי ריווחיות גבוהים יותר.

**הוצאות מכירה ושיווק-** הוצאות המכירה והשיווק כוללות בעיקרן הוצאות בקשר עם הפצת מוצרי החברה דרך רשתות פרסום מקוונות במגזר הפצת האפליקציות (ואינן כוללות הפצה דרך שותפים עסקיים), נכון למועד הדוח, חלק מהותי מאוד מרכישת המדיה נעשה תוך הסתמכות על פלטפורמת Adwords של גוגל. בשנת 2018 ההוצאות כאמור ובקשר עם הפרסום דרך קמפיינים קיימים וחדשים הסתכמו לסך של כ- 9.9 מיליון דולר בהשוואה להוצאות בסך של כ- 5.8 מיליון דולר בשנת 2017. ברבעון הרביעי לשנת 2018 ההוצאות כאמור הסתכמו לסך של כ- 2.4 מיליון דולר וסך של כ- 1.9, כ- 2.7 וכ- 1.5 מיליון דולר ברבעון השלישי והשני של שנת 2018 וברבעון הרביעי לשנת 2017, בהתאמה. **יש לציין כי ההוצאות האמורות נזקפות לרווח והפסד במועד התהוותן וההכנסות נרשמות לאורך זמן.**

**הרווח הנקי ברבעון הרביעי של 2018** הסתכם בסך של כ- 1.8 מיליון דולר בהשוואה לרווח נקי של כ- 1.7 מיליון דולר ברבעון השלישי של 2018 ורווח נקי של כ- 1.1 מיליון דולר ברבעון הרביעי של שנת 2017. שיעור הרווח הנקי ברבעון הרביעי של שנת 2018 עמד על כ- 12.3%, בהשוואה לשיעור של כ- 11.8% ברבעון השלישי 2018 ובהשוואה לשיעור של כ- 7.7% ברבעון הרביעי של 2017. **הרווח הנקי בשנת 2018** הסתכם בסך של כ- 5.3 מיליון דולר, עליה של כ- 51% בהשוואה לרווח נקי של כ- 3.5 מיליון דולר בשנת 2017. שיעור הרווח הנקי בשנת 2018 עמד על כ- 9.8%, כמעט כפול, בהשוואה לשיעור של כ- 5.4% בשנת 2017.

נכון ליום 31 בדצמבר 2018, יתרת קופת **המזומנים ושווי המזומנים** לרבות מזומנים מוגבלים, עמדה על כ- 17.2 מיליון דולר, והיתרה נטו בניכוי אשראי מתאגיד בנקאי על כ- 12.7 מיליון דולר ארה"ב, גידול של כ- 0.5 מיליון דולר בהשוואה ליתרת המזומנים נטו בסך של כ- 12.2 מיליון דולר בתום שנת 2017. הגידול ביתרת המזומנים נטו כאמור, הינו על אף תשלומים במהלך שנת 2018 בסך של כ- 13 מיליון דולר (תשלום בסך של כ- 2.5 מיליון דולר בגין תשלומים מבוססי עמידה ביעדים בקשר עם רכישת מימ וידאו; סך של כ- 4 מיליון ש"ח בגין רכישת מניות עצמית; וחלוקת דיבידנד בסך של כ- 33.7 מיליון ש"ח).



ברבעון הרביעי של שנת 2018, **תזרים המזומנים מפעילות שוטפת** הסתכם לסך של כ- 3.9 מיליון דולר אשר מהווים גידול של כ- 68.17% לעומת תזרים מזומנים מפעילות שוטפת של כ- 2.3 מיליון דולר ברבעון הרביעי לשנת 2017. **תזרים מזומנים מפעילות שוטפת בשנת 2018** בסך של כ- 13.6 מיליון דולר, קיטון של כ- 4.9% בהשוואה לתזרים מזומנים מפעילות שוטפת של כ- 14.3 מיליון דולר בשנת 2017.

בשנת 2018 **חולקו והוכרזו דיבידנדים** אשר הסתכמו לכ- 33.7 מיליון ש"ח (כ- 9.2 מיליון דולר) והמהווים תשואת דיבידנד של כ- 23.05%. **בחודש ינואר 2019, הכריזה החברה על דיבידנד** בסך של 12 מיליון ש"ח אשר חולק בחודש פברואר 2019 והמהווה תשואת דיבידנד של כ- 7.1%, גובה הדיבידנד המחולק משקף סכום הגבוה מ- 50% מתוך הרווח התפעולי לפני פחת והפחתות (EBITDA) שנצמח לחברה ברבעון הרביעי לשנת 2018, החורג ממדיניות חלוקת הדיבידנד הנהוגה בחברה. חלוקת הדיבידנד גבוהה מהסכום שהיה צריך להיות מחולק בהתאם למדיניות הדיבידנד של החברה והיא נובעת מתוצאות עסקיות צפויות טובות של החברה, הערכותיה המקדמיות והערכותיה בדבר נזילות גבוהה ליום 31 בדצמבר 2018, בו עמדה קופת המזומנים ושווי מזומנים לרבות מזומן מוגבל על כ- 17.2 מיליון דולר והיתרה נטו בניכוי אשראי מתאגיד בנקאי על כ- 12.7 מיליון דולר.

נכון למועד דוח זה, **יתרת המזומנים ושווי מזומנים** לרבות מזומנים מוגבלים עומדת על כ- 18 מיליון דולר והיתרה נטו בניכוי אשראי מתאגיד בנקאי עומדת על כ- 13.9 מיליון דולר, היתרה נטו ליום זה היא לאחר תשלום דיבידנד נוסף בחודש פברואר 2019 בסך של כ- 3.2 מיליון דולר ובתשואת דיבידנד של כ- 7.1%.

הערכות וכוונות החברה המובאות בסעיף זה לעיל, ובפרט באשר ל: (1) הערכות החברה ביחס להשפעות תכנית ההתייעלות; (2) כוונות החברה ביחס להוספת תחומי פעילות משיקים וכן לרכישות והמשך אסטרטגיית מיזוגים ורכישות; (3) כוונות החברה ביחס להוצאות מכירה ושיווק והוצאות מחקר ופיתוח; (4) המשך הקשחת הרגולציה על ידי Google ושחקנים נוספים; (5) הערכות החברה ביחס ליתרת המזומנים ושווה המזומנים לרבות מזומן מוגבל והיתרה נטו ותזרים המזומנים לתקופה שלאחר מועד דוח זה (6) הערכות החברה ביחס ליכולתה לחלק דיבידנדים בהתאם למדיניות החלוקה החדשה של החברה, הינן מידע צופה פני עתיד כהגדרתו בחוק ניירות ערך, התשכ"ח-1968, אשר התממשותן אינה ודאית ואינה מצויה בשליטת החברה בלבד. אין כל ודאות 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 חברת 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 ופירסום 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 ורכישה 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/>