



קבוצת סקופ מתכות בע"מ

דוח תקופתי לשנת 2012

מספר חברה:	52-003742-5
כתובת:	ת.ד 3 בני עייש, פארק תעשיות ראם, מיקוד 60860.
טלפון:	08-8631000
פקס:	08-8631020
דואר אלקטרוני:	info@scope.co.il
אתר אינטרנט:	www.scope.co.il

קבוצת סקופ מתכות בע"מ

תוכן העניינים

- תיאור עסקי התאגיד
- דוח הדירקטוריון על מצב ענייני התאגיד
- דוחות כספיים ליום 31 בדצמבר 2012
- הצגת נתונים כספיים מתוך הדוחות המאוחדים המיוחסים לחברה
- פרטים נוספים על התאגיד
- שאלון ממשל תאגידי
- דוח בדבר אפקטיביות הבקרה הפנימית על הדיווח הכספי ועל הגילוי

תיאור עסקי התאגיד – תוכן העניינים

עמוד

חלק ראשון - תיאור ההתפתחות הכללית של עסקי התאגיד

- | | |
|----|---------------------------------------|
| 5 | 1. פעילות החברה ותיאור התפתחות עסקיה |
| 10 | 2. תחומי הפעילות של הקבוצה |
| 11 | 3. השקעות בהון החברה ועסקאות במניותיה |
| 11 | 4. חלוקת דיבידנדים |

חלק שני - מידע אחר

- | | |
|----|--|
| 13 | 5. מידע כספי לגבי תחומי הפעילות של הקבוצה |
| 13 | 6. סביבה כללית והשפעת גורמים חיצוניים על פעילות הקבוצה |

חלק שלישי - תיאור עסקי הקבוצה

- | | |
|----|------------------------------|
| 18 | 7. מידע כללי על תחום הפעילות |
| 20 | 8. מוצרי החברה |
| 21 | 9. לקוחות |
| 22 | 10. שיווק והפצה |
| 23 | 11. צבר הזמנות |
| 23 | 12. תחרות |
| 25 | 13. עונתיות |
| 25 | 14. כושר יצור |
| 25 | 15. רכוש קבוע ומתקנים |
| 27 | 16. נכסים בלתי מוחשיים |
| 28 | 17. הון אנושי |
| 31 | 18. ספקים |

31	19. הון חוזר
33	20. השקעות בחברות בנות ובפעילויות אחרות
33	21. מימון
37	22. מיסוי
37	23. איכות הסביבה
37	24. מגבלות ופיקוח על פעילות התאגיד
37	25. הסכמים מהותיים שלא במהלך העסקים הרגיל אשר התאגיד צד להם
38	26. הסכמי שיתוף פעולה אסטרטגיים
38	27. הליכים משפטיים
38	28. יעדים ואסטרטגיה עסקית
42	29. צפי להתפתחות בשנה הקרובה
42	30. אירוע או עניין החורגים מעסקי התאגיד הרגילים
42	31. תחזיות אחרות והערכות לגבי עסקי התאגיד
42	32. מידע כספי לגבי מגזרים גיאוגרפים
42	33. דיון בגורמי סיכון

תיאור עסקי התאגיד

פרק זה בדוח התקופתי, העוסק בתיאור החברה, התפתחותה ועסקיה ותחומי פעילותה כולל גם מידע צופה פני עתיד. מידע צופה פני עתיד הנו מידע בלתי ודאי לגבי העתיד, המבוסס על אינפורמציה הקיימת בחברה במועד הדוח וכולל הערכות של החברה או כוונות שלה נכון למועד הדוח. התוצאות בפועל עשויות להיות שונות באופן מהותי מן התוצאות המוערכות או המשתמעות ממידע זה. במקרים מסוימים, ניתן לזהות קטעים המכילים מידע צופה פני עתיד על ידי הופעת מילים כגון: "החברה מעריכה", "להערכת הנהלת החברה", "החברה צופה" וכדומה, אך ייתכן כי מידע זה יופיע גם בניסוחים אחרים.

חלק ראשון - תיאור ההתפתחות הכללית של עסקי התאגיד

1. פעילות החברה ותיאור התפתחות עסקיה

1.1 כללי

התפתחות עסקית

החברה הוקמה בשנת 1980 ונרשמה בשם סקופ סחר ושיווק מזון בע"מ. ביום 5 באפריל, 1981 החליפה החברה את שמה לסקופ סחר מתכות ושרותים טכניים בע"מ וביום 19 באוגוסט, 2007 שינתה החברה את שמה לשמה הנוכחי, קבוצת סקופ מתכות בע"מ. החברה עוסקת ביבוא ושיווק מוצרים וחומרי גלם בענף המתכות דהיינו: אלומיניום, פלדה, פלב"ם (נירוסטה), סגסוגת ניקל, פליז, נחושת, ברונזה, טיטניום, עופרת וכן מוצרי פלסטיקה הנדסית. מוצרי החברה כוללים כ-80,000 פריטי מדף, בהם: פחים, גלילים, צינורות, ברגים, אביזרי צנרת, ברזים, מוטות, פרופילים, רשתות, שבכות וכו' מכל סוגי המתכות הנ"ל. מוצרים אלה משמשים מגוון רחב של ענפי תעשייה רבים, בהם: מזון, תרופות, כימיה, מחצבים, אלקטרוניקה, מיזוג אויר, תשתיות, מוצרי צריכה, היי-טק, בנייה ציבורית, תעשייה תעופתית, תעשייה צבאית, שילוט, זיורוד ועוד.

באפריל 1992 הפכה החברה לחברה ציבורית, שמניותיה נסחרות בבורסה לניירות ערך בתל אביב, עם פרסום תשקיף להנפקת מניות ואופציות.

באפריל 1993 הוקמה חברת בת בשליטתה המלאה של החברה בשם אל-זון החזקות בע"מ (להלן "אל-זון"). אל-זון הנה חברת החזקות והשקעות. לתאריך הדוח הנ"ל אין אל-זון אחזקות ונכסים משמעותיים, למעט השקעה בפקדון קצר מועד.

אדית מבני תעשייה בע"מ (להלן "אדית") הנה בעלת מרבית זכויות החכירה באתר ממנו פועלת החברה - ראה סעיף 15(1).

בחודש אוקטובר 1999 החלה חברת אילרלי עיבוד פח בע"מ (להלן "אילרלי"), חברה בת בבעלות מלאה, את פעילותה העסקית. עיסוקה של אילרלי במתן שירותי עיבוד פח לחברה וללקוחות חיצוניים.

בסוף שנת 2009 החליטה החברה על הפסקת פעילותה של אילרלי לאור העובדה כי פעילותה העסקית איננה מהווה חלק מליבת העסקים של החברה. אי לכך בחודש ינואר 2010 נמכרו המכונות של אילרלי ובגין מכירה זו רשמה החברה רווח הון בספרים בסך של כ-600 אלפי ש"ח. פעילותה של אילרלי לא היתה מהותית ולא הגיעה לכדי 1% ממחזור המכירות המאוחד של החברה בשנת 2009.

בשנת 2004 נכנסה החברה לתחום חומרי הגלם לתעשיית התעופה (בעיקר מוצרי טיטניום ואלומיניום תעופתי).

במקביל לחברה בישראל, שמשוקת מוצרים מהתחום התעופתי בעיקר לתעשייה האווירית ולקבלני המשנה שלה, משווקות חברות הבנות בחו"ל אף הן מוצרים לתעשיות התעופה בארצות בהן הן פועלות.

הרחבת פעילות לחו"ל

ארה"ב

במהלך שנת 2004 החליטה החברה להרחיב את פעילותה העסקית למסחר במתכות בחו"ל. במסגרת מדיניות זו ביום 27 באוקטובר, 2004 חתמה Scope Metals USA Inc. (להלן - Scope USA) המוחזקת ב-100% ע"י החברה על הסכם להשקעה בחברה בארה"ב בשם M.T.S (Materials Technology Solutions) העוסקת במסחר במתכות בצפון אמריקה, בסך של כ-200 אלפי דולר תמורת כ-51% ממניות חברה זו. בעקבות רה ארגון של הפעילות בארה"ב שבוצע בחודש דצמבר 2005 ירד שיעור אחזקותיה של החברה ב-Scope USA ל-90% ו-Scope USA קבלה בעלות מלאה של 100% ב-M.T.S. בחודש פברואר 2009 עלה שיעור האחזקה של החברה ב-Scope USA ל-100% עקב המרת הלוואות בעלים להון מניות.

ביום 9 בפברואר, 2006 חתמה החברה על הסכם לפיו רכשה החברה (באמצעות חברה נכדה שהוקמה Hadco Metal Trading Co L.L.C - להלן "Hadco") משלושה תאגידיים בבעלות משותפת תמורת סך של 11 מליון דולר את הפעילות העסקית של 3 מרכזי הפצה הממוקמים בחוף המזרחי בארה"ב. הרכישה כללה את כל רכושם של התאגידיים המוכרים, לרבות מלאי (תמורת סך של 8 מליון דולר מתוך הסכום הנ"ל), מוניטין, רשימת לקוחות ונכסים קבועים.

ביום 28 לפברואר, 2007 חתמה Hadco על מזכר הבנות לרכישת פעילותו העסקית של מרכז הפצה, שעוסק בשיווק מוצרי נירוסטה באזור טמפה, שבמדינת פלורידה בארה"ב. על פי מזכר ההבנות רכשה Hadco את המלאי, המכונות וציוד בסך של כ-242 אלפי דולר ואת המוניטין בסך של 200 אלפי דולר.

באשר לירידת ערך נכסי מוניטין המשויכים לפעילות Hadco - ראה באור 12 לדוחות הכספיים.

בחודש ספטמבר 2007 חתמה Hadco על הסכם שכירות ארוך טווח בפילדלפיה, שבמדינת פנסילבניה. בתחילת שנת 2008 העבירה Hadco את הסניף שפעל בפילדלפיה לאתר החדש והחלה גם בשיווק מוצרים לתעופה מהאתר הנ"ל.

ביום 6 בפברואר 2009 חתמה Hadco על הסכם לרכישת פעילותו העסקית של מרכז הפצה קטן, העוסק בעיקר בשיווק אקסטרוזיות צורניות במדינת קונטיקט. במסגרת הסכם זה רכשה Hadco את המלאי, המכונות והציוד בסך של כ-310 אלפי דולר ואת המוניטין בסך של 5 אלפי דולר.

במהלך הרבעון הרביעי של שנת 2010 החליטה הנהלת החברה לבצע רה ארגון בפעילות Hadco. לפרטים בדבר הרה ארגון ראה ביאור 26 לדוחות הכספיים.

בהמשך לפעילות מכירות מתמשכת שהתבצעה בדרום קוריאקה ובקליפורניה שבחוף המערבי בארה"ב באמצעות אנשי מכירות מקומיים, פתחה Hadco בסוף שנת 2011 סניפים קדמיים במדינות אלה. בהתאם לאסטרטגיית החברה פיתוח עסקי זה נעשה באמצעות גידול אורגני. מהלכים אלה מהווים מנוע צמיחה נוסף לחיזוק פעילותה של החברה בשווקים בחו"ל. פתיחת הסניפים לא הצריכה השקעות קפיטאליות מהותיות, שחורגות ממהלך העסקים הרגיל.

אירופה

בחודש אוקטובר 2004 הקימה החברה חברה בת בבעלות מלאה בצ'כיה, Metal Spot s.r.o (להלן "Metal Spot"). חברה זו התחילה בפעילות של מסחר במתכות בתחילת שנת 2005. בחודש מרס 2005 רכשה Metal Spot את פעילותה העסקית (מלאי, ציוד ומוניטין) של חברה צ'כית העוסקת במסחר במתכות, תמורת סך של 895 אלפי אירו ושינתה את שמה ל- Primapol Metal Spot s.r.o (להלן "Primapol").

בחודש מאי 2007 הקימה Primapol חברה בבעלות מלאה בפולין Primaspot Polska Sp.z.o.o ולאחר מכן שמה שונה ל- Alinox Sp.z.o.o (להלן - Alinox). החלה את פעילותה בתחילת שנת 2008 ועוסקת בשיווק מוצרי אלומיניום ונירוסטה.

בשנת 2011 הקימה Alinox חברה בבעלות מלאה באוקראינה Alinox Ukraine. החברה עוסקת בשיווק מוצרי אלומיניום ונירוסטה של החברה הפולנית.

בשנת 2006 רכשה החברה באמצעות חברת Gilinox S.r.l, חברה בת בבעלות מלאה של החברה (להלן - Gilinox), מקרקעין בבוקרשט, שעלותו הסתכמה לסך של כ-1 מליון אירו וההשקעה במחסנים הסתכמה לסך של כ-3.4 מליון אירו.

במהלך חודש מרס 2007 החלה Gilinox בפעילות של מסחר במתכות מהמחסן שנבנה.

סין

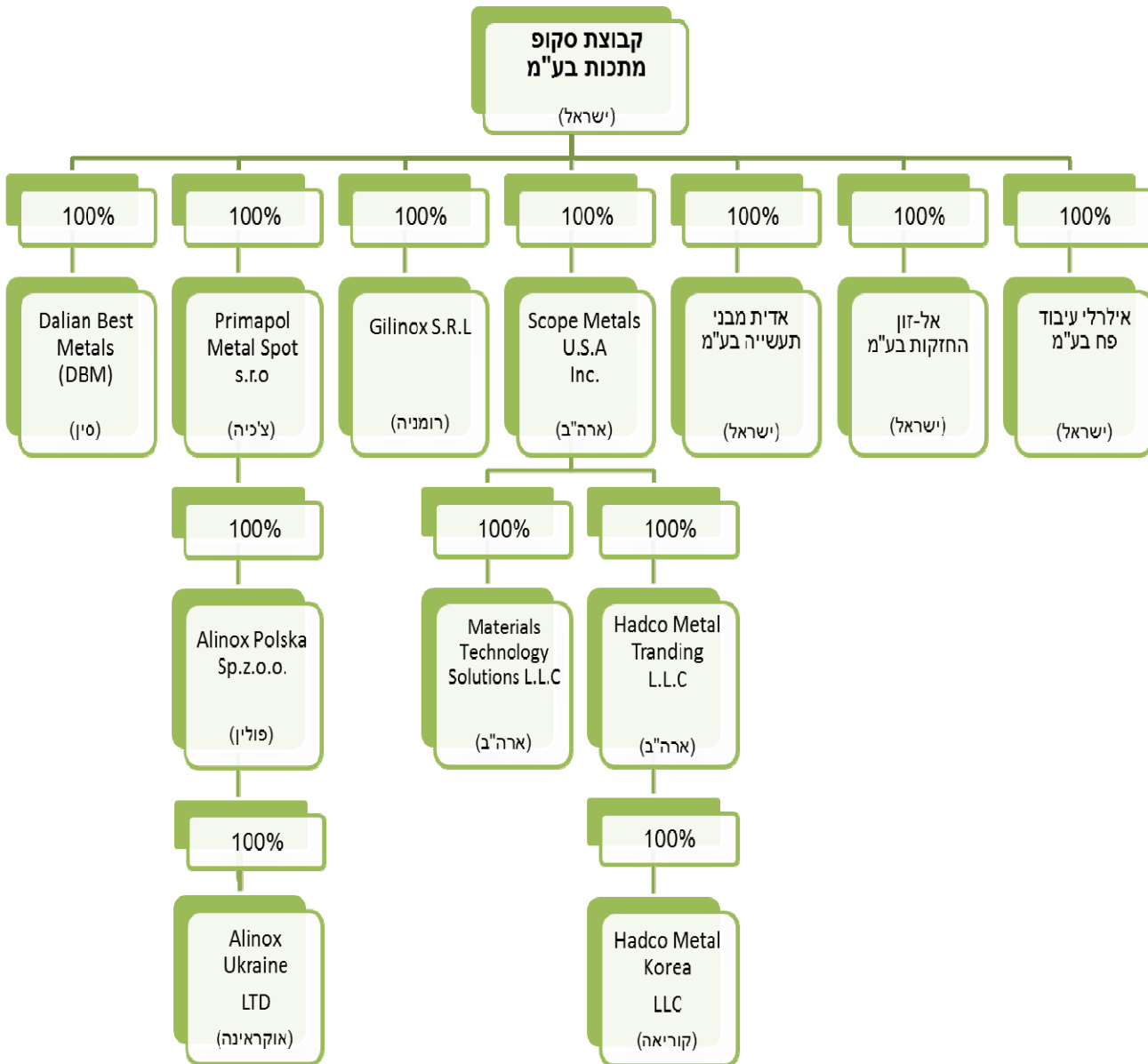
בחודש מאי 2006 התקשרה החברה באמצעות חברת D.B.M (Dalian Best Metal), חברה מאוחדת בבעלות מלאה, בהסכם לשכירת מחסן ומשרדים בשטח של 800 מ"ר בעיר דליאן בסין. D.B.M החלה בפעילות בינואר 2007 במתן שרות ללקוח של החברה מישראל.

גיוסי הון בשנים האחרונות

מאז שנת 2006 לא בצעה החברה גיוסי הון.

לגבי מימוש כתבי אופציה - ראה סעיף 3 להלן ובאור ה'17 לדוחות הכספיים.

1.2 תרשים מבנה אחזקות



2. תחומי הפעילות של הקבוצה

לחברה אין תחומי פעילות וכל פעילותה של החברה הנה תחום פעילות אחד מהסיבות להלן:

1. פילוח הכנסות החברה לפי חוג לקוחות מסוים או ענף מסוים איננו מהווה פילוח לפי תחומי פעילות משום שלקוחות החברה רוכשים ממגוון מוצרי החברה, דהיינו ממגוון סוגי המתכות והצורות ההנדסיות של המוצרים (פחים, פלטות, מוטות, צנרת ואביזרים, ברגים ועוד).
2. פילוח הכנסות החברה לפי סוגי המתכות השונים איננו מהווה פילוח לפי תחומי פעילות משום שלקוחות החברה רוכשים מכל סוגי המתכות השונים.
3. פילוח הכנסות החברה לפי שיעורי הרווחיות והסיכונים בחלוקה לסוגי המתכות או לפי הצורות ההנדסיות של המוצרים אינו מהווה פילוח לפי תחומי פעילות משום שהרווחיות איננה נקבעת על פי סוג המתכת או הצורה ההנדסית אלא על פי גורמים אחרים (סוג הסגסוגת, המידות של המוצר, דרישות הלקוח, זמינות, תחרות, הכמות הנדרשת ועוד) ומשתנה ממוצר למוצר.
4. מערכות השיווק וההפצה משותפות לכל המוצרים, שמשווקת החברה.
5. לא ניתן לייחס את העלויות השונות לתחומי פעילות. עלויות התפעול כגון: עלויות שכר, שינוע, הובלה, מכונות וציוד, אחזקת מחסן ועוד משמשות את מכלול פעילות החברה ללא יכולת הפרדת העלויות לתחום מסוים בצורה סבירה ולכן לא ניתן לפרט רווח תפעולי לכל תחום פעילות.
6. האסטרטגיה העסקית של החברה הינה להוות "ONE STOP SHOP" לכל המתכות המשווקות לתעשייה. לחברה מעל ל-4,500 לקוחות בישראל וכ-40 לקוחות בחו"ל להם מוכרת החברה מישראל. לחברות מאוחדות הפועלות בארה"ב, רומניה, צ'כיה ופולין מעל ל-8,000 לקוחות פעילים נוספים ועוד אלפי לקוחות פוטנציאליים ולכן הרחבת סל המוצרים פותחת בפני החברה אפשרויות גידול משמעותיות בקרב לקוחותיה. החברה מיצבה את עצמה כחברה מובילה בתחום אספקת המתכות האיכותיות לתעשייה תוך מתן דגש על ביצוע ההזמנות בתוך 24 שעות לאתר הלקוח וזאת בכל האתרים של החברה בישראל ובחו"ל.
7. השירות הלוגיסטי המלא ("FULL SERVICE") שמעניקה החברה ללקוחותיה כולל: עיתוד מלאי, אחסון, חיתוך, ניסור ואספקה תוך 24 שעות. שיטה זאת חוסכת ללקוחות זמן, עלויות שכר, שטח אחסון ומימון ובכך מפחיתה ללקוח את העלות הכוללת. בפועל מבצעת החברה Outsourcing מלא לניהול המלאי של לקוחותיה.

בשנת 2012 התמקדה החברה במדיניות של הגדלת אפיקי השיווק של סל מוצריה בקרב לקוחותיה לרבות בחברות הבנות בארה"ב, ברומניה, בצ'כיה ובפולין.

בשנת 2012 גדל היקף המכירות של החברה במאוחד לסך של 1,158,382 אלפי ש"ח לעומת סך של 1,049,285 אלפי ש"ח בשנת 2011.

בשנת 2012 הסתכמו מכירות החברה לחו"ל והחברות הבנות בחו"ל לסך של 521,326 אלפי ש"ח אשר היוו שיעור של כ-45% מסה"כ המכירות.

הנהלת החברה הציבה לעצמה כאסטרטגיה לפעול גם בחו"ל. יצוין כי אסטרטגיית החברה המועדפת להתרחבות בחו"ל הינה באמצעות גידול אורגני*.

* המידע הנ"ל הנו מידע צופה פני עתיד שהנו מידע בלתי ודאי לגבי העתיד, המבוסס על הערכות החברה וכוונות החברה, רמת מחירי מוצרי המתכת השונים, שינוי בשערי החליפין ושיעורי הצמיחה במדינות השונות, גורמים שאינם תלויים בחברה והאינפורמציה הקיימת בחברה במועד הדוח. התוצאות בפועל עשויות להיות שונות באופן מהותי ואין כל ודאות כי המטרות הללו תושגנה.

3. השקעות בהון החברה ועסקאות במניותיה, דירקטוריון החברה, הסכם ניהול, מדיניות חלוקת דיבידנד, מימוש כתבי אופציה ועסקאות מהותיות של בעלי עניין מחוץ לבורסה

1. השקעות בהון החברה ועסקאות במניותיה

ראה ביאור 22 לדוחות הכספיים.

2. דירקטוריון החברה

ראה ביאור 22(2) לדוחות הכספיים.

3. הסכם ניהול

ראה ביאור 22(3) לדוחות הכספיים.

4. מדיניות חלוקת דיבידנד

ראה ביאור 22(4) לדוחות הכספיים.

5. מימוש כתבי אופציה

בשנים 2009, 2010 ו-2011 לא מומשו כתבי אופציה. ביום 30 בספטמבר, 2010 פקעו 585,000 כתבי אופציות (סדרה 4) שטרם מומשו.

ליום 31.12.2012 אין אופציות תקפות במחזור.

6. עסקאות מהותיות על ידי בעלי עניין שנעשו מחוץ לבורסה

במהלך שנת 2012 לא היו עסקאות על ידי בעלי עניין, שנעשו מחוץ לבורסה.

4. חלוקת דיבידנדים

א. דיבידנדים שהתאגיד הכריז וחילק

לגבי חלוקת דיבידנד - ראה ביאור 22(4) לדוחות הכספיים.

ב. לא היו מגבלות חיצוניות שהשפיעו על יכולתה של החברה לחלק דיבידנד בשנתיים האחרונות למעט:

1. מגבלות מכוח ההסכם שנחתם עם קרן פימי - ראה ביאור ד'22/4) לדוחות הכספיים.
 2. מגבלות חלוקה מותרת מכוח סעיף 302 לחוק החברות, התשנ"ט - 1999.
- לגבי מדיניות חלוקת דיבידנד - ראה ביאור ד'22/4) לדוחות הכספיים.

חלק שני - מידע אחר

5. מידע כספי לגבי תחומי הפעילות של הקבוצה

כאמור בסעיף 2 לעיל אין לחברה תחומי פעילות וכל פעילותה של החברה הנה תחום פעילות אחד.

6. סביבה כללית והשפעת גורמים חיצוניים על פעילות הקבוצה

1. כללי

הסביבה העסקית של החברה מתאפיינת במספר רב של לקוחות, מכל ענפי המשק, אשר מרכז השרות הלוגיסטי של החברה מהווה עבורם "ONE STOP SHOP" למוצרי המתכת והפלסטיקה השונים ואספקת ההזמנות ללקוחות תוך 24 שעות. מעל ל-95% ממוצרי החברה הנם מוצרים המיובאים מספקים רבים ממקומות שונים ברחבי העולם.

2. מגמות, אירועים והתפתחויות בסביבה המקרו כלכלית של הקבוצה שיש להם או צפויה להיות להם השפעה מהותית על התאגיד ותוצאותיו העסקיות

1. תנודתיות במחירי המתכות, בעיקר לאור המשבר העולמי

בעקבות המשבר הפיננסי העולמי שהחל ברבעון האחרון של שנת 2008 והירידה בפעילות הכלכלית העולמית ירדו הביקושים למתכות תעשייתיות ומחיריהן ירדו ירידה תלולה.

יצוין כי ירידות תלולות אירעו גם במחירי הסחורות האחרות כגון אנרגיה, מתכות אצילות ומזון אולם הירידות החדות ביותר הן בתחום המתכות התעשייתיות. בעבר היו ירידות במחירי מתכות מסוימות, אולם בניגוד לעבר הירידות בסוף שנת 2008 ובתחילת שנת 2009 היו בכל סוגי המתכות גם יחד. עקב הירידה הדרמטית במחיר המתכות והמחנק באשראי צמצמו בשנת 2009 יצרניות המתכות הגדולות את תקציב הוצאות ההון שלהן, המיועד לתחזוקה שוטפת ולהשקעות בפיתוח, באופן ניכר.

החל מהרבעון השני של שנת 2009 חלו עליות במחירי המתכות הנסחרות בבורסת ה-LME. עליות אלה תורגמו לעליות במחירי המוצרים אולם רמות המחירים עדיין רחוקות מרמות המחירים טרם המשבר בעיקר בשל העובדה שטרם נרשמה התאוששות מקבילה ברמת הביקושים ועקב תחרות גוברת על נתחי שוק.

בעקבות הירידה במחירי מוצרי המתכות אותם משווקת החברה רשמה החברה ברבעון הרביעי של שנת 2008 הפרשה לירידת ערך מלאים (להן - ההפרשה) בסך של 42.6 מליון ש"ח (בניכוי השפעת המס סך של 31.7 מליון ש"ח). ההפרשה נרשמה כהוצאה שוטפת במסגרת עלות המכר. כתוצאה מעלייה במחירי המכירה ומכירתם ברווח של חלק מהמוצרים שבגינם נרשמה ההפרשה, הוקטנה ההפרשה במהלך השנים 2010, 2011 ו-2012 בסך כולל של כ-10.2 מליון ש"ח, 4.7 מליון ש"ח

וכ-1.7 מליון ש"ח, בהתאמה (בניכוי השפעת המס סך של 8.4 מליון ש"ח, 3.8 מליון ש"ח ו-1.4 מליון ש"ח בהתאמה). עדכון ההפרשה נרשם כהקטנת עלות המכר.

בשנתיים האחרונות נרשמה עלייה ברמת אי הוודאות הכלכלית בארה"ב ובאירופה. הנתונים הכלכליים המאכזבים בארה"ב באו לידי ביטוי, בין היתר, בצריכה פרטית חלשה, בגידול זניח במספר המועסקים ובהורדת הדירוג של ארה"ב בעוד שבאירופה משבר החובות רחוק מלהגיע לסימום. אי הוודאות הכלכלית והציפייה להאטה בצמיחה הגלובלית גורמים לסביבה עסקית מאתגרת עם ירידה בביקושים ותחרות גוברת על נתחי שוק בארה"ב ובאירופה.

לגבי המגמות במחירי המתכות הנסחרות בבורסת ה-LME בלונדון במהלך שנת 2012 ולאחר תאריך המאזן ראה פרק 2 - מלאי החברה בדוח הדירקטוריון.

2. תהליכי מיזוגים ורכישות בתחומי הנירוסטה והפלדה

בשנים האחרונות חלו תהליכי מיזוג בתחומי הנירוסטה והפלדה בעולם כך שבתחומים הללו נוצרו 5 קונצרנים, המרכזים את מירב המסחר במתכות בעולם. לקונצרנים הללו חברות המפוזרות בכל רחבי העולם. מצב זה יצר בעבר קשיחות במחירי המוצרים.

הקונצרנים הגדולים החלו בתהליך של רכישת מרכזי השירות ועל ידי כך יצרו מצב בו מתאפשר להם לווסת את רמות המלאי של מרכזי השירות ובכך למנוע היווצרות מלאים גדולים יתר על המידה במפעלים, שעלולים לגרום לעודף היצע ובכך לשמור על רמות הביקושים.

3. ריכוזיות במוצרי האלומיניום התעופתי

שיווק מוצרי האלומיניום לתעשיית התעופה מתאפיין בריכוזיות, כך שישנם כ-5 יצרנים של פלטות ופחי אלומיניום (מהם 2 יצרנים המהווים מעל לכ-50% לערך מסה"כ היצור העולמי). הביקוש בעולם אף הוא ריכוזי כך שישנם 2 לקוחות מרכזיים המהווים כ-75% לערך מהביקוש העולמי, המתקשרים עם היצרנים בחוזים ארוכי טווח. בשנים האחרונות, מספר תוכניות יצור מרכזיות נמצאות בפגור - A380 (מטוס הסופר ג'מבו של AIRBUS) ומטוס ה-B787 של BOEING. הפיגור בתוכניות אלו הביא לתגובת שרשרת בעולם המטוסים, מטוסים ישנים ממשיכים בשרות כמטוסי נוסעים ואינם מתפנים לצורך הסבה למטוסי מטען (מחזור חיים שני של חלק ממטוסי הנוסעים).

נראה שיצרני המתכות נערכו ליצור חומרים שיענו על הדרישות של תוכניות אלו וכתוצאה מהפיגור מורגש עודף בשוק חומרי הגלם, שהביא לירידה במחירי פריטים עיקריים כגון פלטות ופחי אלומיניום וטיטניום.

.4

תנודתיות במחירי האנרגיה בעולם

מרכיב משמעותי בעלות יצור המוצרים שמשווקת החברה הם מחירי האנרגיה (בעיקר במוצרי האלומיניום, נחושת והפלסטיקה). עליית מחירי הנפט בעולם למחירי שיא במחצית הראשונה של שנת 2008 והירידות החדות במחירי הנפט למחירי שפל לאחר מכן היוו סיבה נוספת לתנודתיות במחירי מוצרי המתכות ובעיקר במוצרי האלומיניום, הנחושת והפלסטיקה. במהלך השנים 2009-2012 חלו עליות במחירי הנפט אולם רמות המחירים עדיין לא הגיעו לרמת השיא בשנת 2008. במהלך שנת 2011 התחוללו מהומות ותמורות בעולם הערבי, שהובילו לעלייה במחירי הנפט. בתחילת שנת 2012 הודיעו ארה"ב והאיחוד האירופי על אמברגו לרכישת נפט מאיראן החל מיום 1.7.2012. בתגובה איימה איראן בסגירת מיצרי הורמוז, עובדה שגרמה לעליית מחירי הנפט. להמשך המתיחות וחוסר היציבות בעולם הערבי, ביחוד במדינות יצואניות נפט, עלולה להיות השפעה ישירה על מחירי הנפט והאנרגיה בעולם. להערכת החברה לתנודות במחירי האנרגיה ולמחירי הנפט בפרט תהיה השפעה על מחירי המתכות בכלל ועל מחירי האלומיניום, הנחושת והפלסטיקה בפרט. ראה התייחסות גם בסעיף 6 להלן.

.5

תנודות בשערי החליפין

רובם המכריע של מוצרי החברה מיובאים מארצות הברית, מזרח אירופה, סין והודו. מאחר והחברה פועלת במגוון מדינות, היא חשופה לסיכונים הנובעים משינויים בשערי החליפין במטבעות השונים. תנודות בשערי החליפין של המטבעות הזרים, בעיקר דולר ארה"ב ואירו, לעומת המטבע הישראלי עשויות לגרום לשינויים ברווחיות החברה.

.6

לגבי סעיף 4 לעיל יצוין כי התנודתיות במחירי האנרגיה בעולם הינם חלק ממכלול סיבות המשפיעות על מחירי המתכות. לא ניתן לאמוד את ההשפעה של גורם זה על מחירי המתכות שכן מדובר בנתונים מקרו כלכליים שתלויים בגורמים רבים ומגוונים. החברה מעריכה כי לגורם זה תהיה השפעה על מחירי המתכות בעתיד. היות ומדובר במכלול גורמי מקרו לא ניתן לכמת את ההשפעה אלא רק לאמוד תיאור כללי של מגמה.

.7

גורמים נוספים שתהיה להם השפעה מהותית על היקף מכירות החברה:

1. רמת הפעילות במשק - לקוחותיה של החברה הנם מכל מגזרי המשק ולרמת הפעילות והביקושים במשק השפעה ישירה על היקף המכירות של החברה.
2. לרמת מחירי המלאי של החברה ולתנודות מחירי המוצרים בעולם השפעה על היקף המכירות של החברה.

3. גורם משמעותי לו תהיה השפעה ניכרת על היקף המכירות של החברה הנו פעילות הקבוצה בחו"ל:

א. ארה"ב

עם רכישת מלוא הבעלות בחברת M.T.S ורכישת פעילותה העסקית של Hadco המפעילה כיום 5 מרכזי הפצה למסחר במוצרי אלומיניום, לחברה פעילות בארה"ב אשר לה השפעה משמעותית על מכירות החברה.

סך המכירות של החברות הבנות בארה"ב בשנת 2012, שנכללו במכירות בדוח המאוחד, הסתכמו לסך של 322,235 אלפי ש"ח לעומת סך של 295,846 אלפי ש"ח בשנת 2011.

חברת M.T.S

החברה עוסקת במסחר של פלטות אלומיניום בעיקר, ובמתכות אחרות לסוחרים בארה"ב באמצעות מחסנים בחוף המזרחי (בעיקר במחסן של חברת Hadco, ראה להלן) ובחוף המערבי, וכן ביצוא מארה"ב של חומרים נוספים בהם יש ל-M.T.S את הידע העסקי הדרוש לפעילות יצוא.

סך המכירות של M.T.S, שנכללו במכירות בדוח המאוחד בשנת 2012, הסתכמו לסך של 40,347 אלפי ש"ח לעומת סך של 46,355 אלפי ש"ח בשנת 2011.

חברת Hadco

מכירות חברה זו, שלה 5 מרכזי הפצה לשיווק מוצרי אלומיניום בארה"ב, 3 מהם בחוף המזרחי, אחד בפלורידה ואחד בחוף המערבי, וכן חברה בת בדרום קוריאה, הינן מהותיות ולהערכת הנהלת החברה ימשיכו להיות מהותיות גם בשנים הבאות. במהלך הרבעון הרביעי של שנת 2010 החליטה הנהלת החברה לבצע רה ארגון בפעילות החברה המאוחדת בארה"ב. רה הארגון כלל ריכוז כל הפונקציות הניהוליות, האדמיניסטרטיביות והתפעוליות במחסן המרכזי בפילדלפיה, המשמש כ-Central hub מלא והסניפים האחרים משמשים כ-Transfer stations, שבהן מתבצעות פעילויות מכירה והפצת סחורה. לאחר ייצוב הפעילות שנרכשה, הטמעת מתודולוגיית העבודה של הקבוצה והרה ארגון שנעשה ברבעון הרביעי של שנת 2010 ובמהלך שנת 2011, בכוונת החברה להרחיב את היקף המכירות, לרבות שיווק מוצרים נוספים פרט לאלו המשוקים ע"י מרכזי ההפצה של Hadco כיום.

בהמשך לפעילות מכירות מתמשכת שהתבצעה בדרום קוריאה ובקליפורניה שבחוף המערבי בארה"ב באמצעות אנשי מכירות מקומיים, פתחה Hadco במהלך הרבעון הרביעי של שנת 2011 סניף בקליפורניה וחברת בת בדרום

קוריאה. בהתאם לאסטרטגיית החברה פיתוח עסקי זה נעשה באמצעות גידול אורגני. מהלכים אלה מהווים מנוע צמיחה נוסף לחיזוק פעילותה של החברה בשווקים בחו"ל. פתיחת הסניפים לא הצריכה השקעות קפיטאליות מהותיות שחורגות ממהלך העסקים הרגיל.

סך המכירות של Hadeo, שנכללו במכירות בדוח המאוחד בשנת 2012, הסתכמו לסך של 281,888 אלפי ש"ח לעומת סך מכירות של 249,491 אלפי ש"ח בשנת 2011.

ב. צ'כיה

בשנת 2005 הקימה החברה את חברת Primapol. Primapol משווקת בעיקר מוצרי נירוסטה ואלומיניום לתעשייה ואף מייצאת למדינות שכנות כגון סלובקיה וגרמניה.

הפעילות בצ'כיה הנה בעיקרה על בסיס אחזקת מלאי ובכוונת החברה לבסס פעילות זו ואף להרחיבה בעתיד לשיווק מוצרים נוספים.

בחודש מאי 2007 הקימה חברת Primapol בבעלות מלאה בפולין Alinox. Alinox העוסקת בשיווק מוצרים דומים למוצריה של Primapol.

בשנת 2011 הקימה Alinox חברה בבעלות מלאה באוקראינה Alinox Ukraine. החברה עוסקת בשיווק מוצרי אלומיניום ונירוסטה של החברה הפולנית.

סך המכירות של החברה המאוחדת הצ'כית (כולל החברה בפולין), שנכללו במכירות בדוח המאוחד בשנת 2012, הסתכמו לסך של 166,220 אלפי ש"ח לעומת סך של 151,037 אלפי ש"ח בשנת 2011.

ג. רומניה

Gilinox עוסקת בשיווק מוצרי אלומיניום, נירוסטה, פלדה וכן מוצרים לתחום הזרמים ממחסן שבבעלותה. מרבית המכירות של Gilinox הינן לשוק הרומני.

סך המכירות של Gilinox, שנכללו במכירות בדוח המאוחד בשנת 2012, הסתכמו לסך של 25,859 אלפי ש"ח לעומת סך של 24,731 אלפי ש"ח בשנת 2011.

ד. סין

בחודש מאי 2006 שכרה חברת D.B.M, חברה מאוחדת בבעלות מלאה של החברה, מחסן במחוז דליאן בסין. D.B.M החלה בפעילות בינואר 2007 במתן שרות ללקוח של החברה מישראל.

סך המכירות של D.B.M, שנכללו במכירות בדוח המאוחד בשנים 2012 ו-2011 אינו מהותי.

חלק שלישי - תיאור עסקי הקבוצה

כאמור לעיל לקבוצה אין תחומי פעילות נפרדים וכל פעילותה העסקית של החברה מהווה תחום פעילות אחד.

7. מידע כללי על תחום הפעילות

א. שינויים במבנה תחום הפעילות

- א. לא צפויים שינויים מהותיים במבנה תחום הפעילות של החברה.*
- ב. לא חלו שינויים מהותיים במבנה הפעילות בשנת 2012.
- * המידע בסעיפים לא' לעיל הנו מידע צופה פני עתיד שהנו מידע בלתי ודאי לגבי העתיד, המבוסס על הערכות החברה. אין כל ודאות שלא יהיו שינויים במבנה תחום הפעילות של החברה.

ב. שינויים בהיקף תחום הפעילות ורווחיותו

שנת 2012 הסתיימה בעלייה בהיקף המכירות השנתי של החברה במאוחד לסך של 1,158,382 אלפי ש"ח, לעומת סך של 1,049,285 אלפי ש"ח בשנת 2011 וסך של 972,531 אלפי ש"ח בשנת 2010.

הגורמים העיקריים לעלייה בהיקף הפעילות הנם:

1. גידול בהיקף המכירות של הפעילות בישראל בשיעור של 11.5% בשנת 2012 לעומת שנת 2011 שהסתכמו למכירות בסך של 642,023 אלפי ש"ח בשנת 2012 לעומת סך של 575,674 אלפי ש"ח בשנת 2011. גידול זה נובע בעיקרו מגידול בכמויות המכירה, בעיקר בתחום הפלדה, ומההתייעלות התפעולית שנעשתה בחברה בישראל בשנים האחרונות שאפשר לה להציע מחירים תחרותיים מבלי לפגוע ברווח התפעולי ולמרות שרמת מחירי מרבית המוצרים ב-2012 הייתה נמוכה ממחירי המוצרים ב 2011 בשיעור של 5%-8%.
2. גידול בהיקף המכירות של חברת הבת Hadco בשיעור של כ-13% בשנת 2012 לעומת שנת 2011 שהסתכמו למכירות שנכללו בדוח המאוחד בסך של 281,888 אלפי ש"ח בשנת 2012 לעומת סך של 249,491 אלפי ש"ח בשנת 2011. גידול זה נובע בעיקרו מתיסוף בשער הדולר לעומת השקל, וכן מפתיחת הסניף בקליפורניה וחברת הבת בקוריאה בסוף שנת 2011. העלייה במכירות הינה למרות הסביבה העסקית המאתגרת, הקיימת בארה"ב בתקופה האחרונה והמתאפיינת בירידה בביקושים ותחרות גוברת על נתחי שוק.
3. גידול בהיקף המכירות של חברות הבנות בצ'כיה ובפולין בשיעור של כ-10% בשנת 2012 לעומת שנת 2011 שהסתכמו למכירות שנכללו בדוח המאוחד בסך של 166,220 אלפי ש"ח בשנת 2012 לעומת סך של 151,037 אלפי ש"ח בשנת 2011. גידול זה נובע בעיקר מהגדלת נתח השוק של החברה בפולין, וזאת למרות הסביבה העסקית המאתגרת הקיימת באירופה בתקופה המדווחת והמתאפיינת

בירידה בביקושים ובתחרות גוברת על נתחי שוק. העלייה בסך המכירות קוזזה בחלקה בעקבות השחיקה בשער החליפין של המטבעות בצ'כיה ופולין אל מול השקל.

ג. התפתחויות בשווקים של תחום הפעילות

ראה סעיף 6(2) לעיל.

ד. גורמי ההצלחה הקריטיים בתחום הפעילות והשינויים בהם

1. ניהול איכותי עם הבנה נרחבת של המוצרים המשווקים על ידי החברה, השווקים בחו"ל וההשלכות על השוק המקומי.
2. אחזקה של מלאי במגוון רחב של מוצרים, סגסוגות שונות ומידות מגוונות.
3. שירות ברמה גבוהה מזו של המתחרים תוך אספקה של מגוון מוצרים ללקוח תוך 24 שעות, כולל שירות של חיתוך וניסור איכותיים ואמצעי אחסון מתקדמים לביצוע ההזמנות.
4. הקפדה על איכות ואמינות במוצרים המשווקים על ידי החברה.
5. פיקוח בלתי מתפשר של הנהלת החברה בתמחור ורווחיות המוצרים הנמכרים.
6. הקפדה בנושא האובליגו ללקוחות וגביית הכספים מהלקוחות.
7. שמירה על יתרות נזילות בסכומים ניכרים לצרכי הון חוזר המאפשרות להנהלת החברה ניצול הזדמנויות ברכישת מלאי.
8. כח אדם איכותי ומסור העובד בחברה שנים רבות.
9. מדיניות הנהלת החברה להעניק לעובדי החברה הרגשה כי החברה מהווה עבורם מקום עבודה לשנים רבות והקניית ביטחון לעובדים בנושא זה.
10. פתיחות מצד הנהלת החברה מול העובדים על ידי מתן מידע מלא לקבלת החלטות ושיתופם, לפי העניין, בקבלת ההחלטות.

לא חלו שינויים מהותיים בגורמי ההצלחה הקריטיים בתחום הפעילות.

ה. שינויים במערך הספקים וחומרי הגלם לתחום הפעילות

ראה סעיף 6(2) לעיל.

ו. חסמי הכניסה ושינויים בחסמי הכניסה העיקריים של תחום הפעילות

חסמי הכניסה העיקריים לתחום הפעילות הנם כדלקמן:

1. השקעות ניכרות בהון חוזר למימון מלאי ולקוחות.
2. ידע שוק ועובדים בעלי ותק של שנים רבות בתחום המסחר במתכות.
3. בניית סל מוצרים רחב וגדול והקמת מערכת ניהול מלאי מתקדמת.
4. השקעות ניכרות במכונות וציוד לחיתוך וניסור.
5. השקעות בהקמת מערכת שיווק והפצה.
6. השקעות בהקמת מערכת בקרת איכות ופיקוח.

השינויים העיקרים בחסמי הכניסה הם:

1. קושי בגיוס המימון הנדרש להון חוזר.
2. הצורך בהחזקת מגוון גדול של מוצרים מהמתכות השונות עקב התגברות התחרות בתחום הפעילות.

חסמי היציאה ושינויים בחסמי היציאה העיקריים של תחום הפעילות

הפסקת פעילותה של החברה בתחום עיסוקה עלולה להיתקל בקושי בשל ההשקעות הקפיטאליות הייעודיות אותן השקיעה החברה במחסניה האוטומטיים בישראל, מערכת ה-ERP שלה, ובציוד חיתוך וניסור ייעודי בחברה בארץ ובחברות הבנות בחו"ל, ואולם גם על הקושי שבמימוש השקעה זו ניתן להערכת החברה לגשר, אם כי בפרק זמן ארוך יחסית.

ז. מבנה התחרות בתחום הפעילות והשינויים שחלו בו

לעניין מבנה התחרות הקיים בתחום הפעילות - ראה סעיף 12 להלן.

השינוי העיקרי שחל במבנה התחרות בתחום הפעילות הוא החרפת התחרות ביחס לנתחי השוק הקיימים שנבעה כתוצאה מירידה בביקושים, ממשבר האשראי ומהצורך של המתחרים לממש מלאים במהירות תוך הורדה חדה של מחירי המכירה של המוצרים.

8. מוצרי החברה ושירותים

1. כללי

החברה עוסקת ביבוא ושיווק מוצרים וחומרי גלם בענף המתכות דהיינו: אלומיניום, פלדה, פלב"ם (נירוסטה), סגסוגת ניקל, פליז, נחושת, ברונזה, טיטניום, עופרת וכן מוצרי פלסטיקה הנדסית. מוצרי החברה כוללים כ-80,000 פריטי מדף ביניהם: פחים, גלילים, צינורות, ברגים, אביזרי צנרת, ברזים, מוטות, פרופילים, רשתות, שבכות וכו' בכל סוגי המתכות הנ"ל. מוצרים אלה משמשים מגוון רחב של ענפי תעשייה רבים ביניהם: מזון, תרופות, כימיה, מחצבים, אלקטרוניקה, מיזוג אויר, תשתיות, מוצרי צריכה, היי-טק, בניה ציבורית, תעשייה תעופתית, תעשייה צבאית, שילוט, זיוד ועוד.

לעניין מגמות ביקוש והיצע בתחום הפעילות – ראה סעיפים 6(2)-6(4) לעיל.

השירות הלוגיסטי המלא ("FULL SERVICE") שמעניקה החברה ללקוחותיה כולל: עיתוד מלאי, אחסון, חיתוך, ניסור ואספקה תוך 24 שעות. שיטה זאת חוסכת ללקוחות זמן, עלויות שכר, שטח אחסון ומימון ובכך מפחיתה ללקוח את העלות הכוללת. בפועל מבצעת החברה Outsourcing לניהול המלאי של לקוחותיה.

אין לחברה ידע לגבי צפי לשינויים ויכולת להעריך את חלק החברה בשוק ובתמהיל סל המוצרים והשירותים.

2. פילוח הכנסות ורווחיות מוצרים

אף כי לקבוצה אין תחומי פעילות (ראה סעיף 2 לעיל) וקבוצות מוצרים הניתנות לאפיון מובהק, על מנת לתת מידע מסוים לקורא הדוח, להלן מידע כספי לפי פילוח של קבוצות מוצרים כפי שמקובל לסווג בעולם (באלפי ש"ח):

אחר			צנרת, אביזרים ואמצעי חיבור FITTINGS TUBES &			מוטות מלאים, עגולים מרובעים, משושים וכדומה LONG PRODUCTS			פחים, פלטות ולוחות FLAT PRODUCTS			
2010	2011	2012	2010	2011	2012	2010	2011	2012	2010	2011	2012	
68,516	90,872	107,019	169,961	185,818	208,096	252,333	238,242	270,022	481,721	534,353	573,245	הכנסות
7.04%	8.65%	9.24%	17.48%	17.71%	17.96%	25.95%	22.71%	23.31%	49.53%	50.93%	49.49%	שיעור מסה"כ הכנסות
26,385	38,126	40,834	50,770	53,988	55,913	73,137	66,472	69,622	99,611	106,981	96,555	רווח גולמי
38.51%	41.96%	38.16%	29.87%	29.05%	26.87%	28.98%	27.90%	25.78%	20.68%	20.02%	16.84%	שיעור רווח גולמי

*הרווח הגולמי לשנים 2012, 2011 ו-2010 מוצג בניכוי ההשפעה של התנועה בהפרשה לירידת ערך מלאי שיוחסה לקבוצת המוצרים הרלבנטית.

בהקשר זה יצוין כי ה-CODM (Chief Operating Decision Maker), של החברה כפי שהוא מוגדר בכלל החשבונאות הבינלאומי IFRS 8 "Operating Segments", הינו יו"ר הדירקטוריון הפעיל של החברה ומנכ"ל הקבוצה המשמש גם כמנהלה המסחרי. ה-CODM אינו בוחן את ההכנסות ותוצאות קבוצות המוצרים השונות אלא הוא בוחן את תוצאות הקבוצה לפי חלוקה לחברות השונות הפועלות במגזרים גיאוגרפים שונים: ישראל (קבוצת סקופ מתכות בע"מ), ארה"ב (M.T.S, Hadco), צ'כיה (Primapol), פולין (Alinox), רומניה (Gilinox) וסין (D.B.M). למען שלמות התמונה יצוין כי גם תקציב הקבוצה המאושר ע"י הדירקטוריון אינו כולל סיווג לפי קבוצות מוצרים אלא לפי תוצאות החברות במדינות השונות. גם הדיווחים היומיים של המכירות אותן מקבל ה-CODM הינן על פי חלוקה לחברות השונות ללא חלוקה לקווי מוצרים.

9. לקוחות

לחברה בישראל מעל ל- 4,500 לקוחות בישראל וכ- 40 לקוחות בחו"ל, לחברות מאוחדות בחו"ל מעל ל- 8,000 לקוחות. מוצרי החברה משמשים מגוון רחב של ענפי תעשייה רבים ביניהם: מזון, תרופות, כימיה, מחצבים, אלקטרוניקה, מיזוג אוויר, תשתיות, מוצרי צריכה, היי-טק, בניה ציבורית, תעשייה תעופתית, תעשייה צבאית, שילוט, זיווד ועוד.

לחברה אין תלות בלקוח כלשהו, או במספר מצומצם של לקוחות, אשר אובדנם ישפיע באופן מהותי על עסקי החברה.

10. שיווק והפצה**החברה**

מרכז פעילותה של החברה מתבצע במבנה המשרדים של החברה במרחב פתוח לחלוטין באולם במבנה המרכזי של החברה בשטח כולל של 2,400 מ"ר ב-3 קומות. באולם המכירות הפתוח בשטח כולל של 800 מ"ר עובדים כ-100 מעובדי החברה הכוללים את הנהלת החברה, אנשי המכירות, מחלקת יצוא ומחלקת הכספים.

מערך המכירות הפועל באולם הנ"ל כולל כ-65 אנשי מכירות המבצעים את עבודתם באמצעות הטלפון, מערכת הפקסים ו-E-mail. בנוסף לאנשי מכירות אלו לחברה כ-13 מקדמי מכירות הפועלים בשטח, מבקרים מדי יום את הלקוחות ועוסקים בקידום מכירות והעשרת המידע העסקי של החברה על ידי דיווחים מדי יום.

אולם המכירות פתוח להזמנות בימים א'-ה' החל משעה 07:00 ועד ל-18:00 וביום ו' בשעות 08:00 ועד ל-13:00.

החברה משתדלת לספק כ-95% מההזמנות הלקוחות בישראל למחרת יום ההזמנה.

מחסן החברה מאויש ופועל להכנת ההזמנות ב-3 משמרות, 24 שעות ביממה.

לחברה כ-2 אנשי מכירות לתחום היצוא, כאשר במספר מדינות לחברה סוכנים, אשר אינם עובדי החברה, לקידום המכירות במדינה בה הם פועלים.

מערך ההפצה של החברה כולל כ-39 משאיות בגדלים שונים אשר בבעלות החברה, המגיעות מדי יום לכ-900 לקוחות ומשנעות למעלה מ-2,500 פריטים בממוצע ביום.

חברות בחו"ל**ארה"ב**

בחברת Hadco, כ-157 עובדים בחמישה סניפים בארה"ב, מתוכם כ-30 אנשי מכירות ו-6 עובדים נוספים בדרום קוריאה.

בחברת M.T.S, הפועלת בארה"ב ישנם כ-5 עובדים מתוכם 3 איש מכירות (ביניהם גם מנכ"ל החברה).

רומניה

בחברת Gilinox ישנם כ-24 עובדים מהם כ-8 אנשי מכירות ומנהלת עסקים, שהנה גם המנכ"לית, והיתר הנם אנשי תפעול.

צ'כיה

בחברת Primapol כ-48 עובדים מהם כ-23 אנשי מכירות ומנהל עסקים, שהנו גם המנכ"ל, והיתר הנם אנשי תפעול.

פולין

בחברת Alinox, כ-38 עובדים מהם כ-17 אנשי מכירות ומנהל עסקים, שהנו גם המנכ"ל, והיתר הנם אנשי תפעול.

סין

בחברת D.B.M, ישנם 3 עובדים כולל מנהלת הסניף.

סך העובדים שהועסקו בחברות הבנות בחו"ל נכון ליום 31.12.2012 הנו 281 לעומת כ-284 נכון לתאריך הדוח.

11. צבר הזמנות

אין לחברה צבר הזמנות בסכום מהותי.
הרוב המכריע של עסקאות החברה הנו אספקה מיידית ללקוח ממלאי החברה.

12. תחרות

א. מעל ל-95% מהמוצרים המשווקים ע"י החברה הנם מוצרים מיובאים. לחברה אין הסכמי בלעדיות עם ספקים בחו"ל ולכל מוצר ישנם מספר ספקים בעולם, דבר הגורם לכך שהחברה פועלת בתנאי תחרות חריפים.

לדעת הנהלת החברה מיצובה של החברה בשווקים בהם היא פועלת הנו גבוה וזאת בעיקר עקב הסיבות הבאות:

1. אחזקת רמת מלאי גבוהה תוך התאמת רמת המלאי לתנודות מחירי המוצרים בעולם.
2. רמת שירות ואמינות גבוהה ואספקת ההזמנות תוך 24 שעות ללקוח.
3. זמינות המוצרים ומגוון מוצרים רחב מאוד.
4. אמצעי חיתוך וניסור ברמה גבוהה מאוד, ביעילות ומהירות.
5. אמצעי אחסון מתקדמים הכוללים מחסנים אוטומטים.
6. הורדת העלות הכוללת ללקוח.
7. מגוון של 80,000 מוצרים מכל סוגי המתכות לרבות מוצרים תחליפים ומשלימים. בשוק המקומי לחברה יותר מ-25 מתחרים במוצרים השונים.

מכיוון שהמתחרים אינם מפרסמים את הכמויות הנמכרות על ידם בגין המוצרים שמשווקת החברה אין בידי הנהלת החברה להעריך את גודלה של החברה ביחס למתחרים.

אין בידי הנהלת החברה מידע לגבי היקפי השוק במוצרים השונים ולכן אין ביכולתה להעריך את חלקה.

בנוסף חלק מהלקוחות מבצעים יבוא ישיר של חלק מהמוצרים.

החברות הפועלות בארה"ב לא מהוות נתח משמעותי מהיקף השוק בו הם פועלות. הנהלת החברה מעריכה כי חברת Alinox הפועלת בפולין וחברת Gilinox הפועלת ברומניה הינן בעלות נתח שוק שאינו עולה על 15% במוצרים המשווקים על ידן. הנהלת החברה מעריכה כי חברת Primapol הפועלת בצ'כיה הינה בעלת נתח שוק שאינו עולה על 25% במוצרים המשווקים על ידה.

ב. למיטב ידיעת החברה בין המתחרים העיקריים של החברה בשוק המקומי נמנים בין היתר: איסכור שרותי פלדות, טכנובר, מנדלסון – ש.בר בע"מ, קמ"ן מתכות (נרכש ע"י אפריקה תעשיות בשנת 2012), מטלקור, פינגולד-פלדום פלדות, המתכת, ניידץ, 2XL, רן פלדות, צינומטל, פלרם, אלכסנדרוביץ, הבורג, קלינוקס, אלקה, מעוף, המר פחים, פקר פלדה תעשיות, פקר ידפז פרופילים, פקר ידפז מתכות, גלם מתכות, ש.ח.א.פ, ש.א.ל, צנורות המזרח התיכון, אברות ועוד.

ג. השיטות העיקריות של החברה להתמודדות עם התחרות:

1. החברה משתדלת להציע את המחירים הטובים ביותר ללקוח ולחברה אך לא להיגרר למחירים שמכתיבים המתחרים במידה ומחירים אלו אינם עונים על הקריטריונים של הרווחיות שהעמידה הנהלת החברה כמטרה מהמוצר הנמכר.
2. בכל המוצרים שמשווקת החברה הן במוצרים החדשים והן במוצרים המסורתיים החברה מעבירה מסר ללקוח כי היא ספק לטווח ארוך ולא לטווח קצר.
3. מטרת החברה לשמש ללקוח "ONE STOP SHOP" כך שהלקוח יוכל לרכוש את כל צרכיו בתחום המתכות בחברה אחת תוך כדי הזמנת הסחורה ואספקתה למחרת. המסר ללקוח כי אין לו צורך באין סוף ספקים שיספקו לו סחורה מדי יום אלא בספק אחד מרכזי שיוריד לו את העלות הכוללת. בפועל מבצעת החברה Outsourcing מלא לניהול המלאי של לקוחותיה.
4. מלאי החברה כולל סל מוצרים מגוון וגדול. החברה משתדלת להחזיק את כל המידות, האורכים והסגסוגות השונות ולכן המגוון מהווה את הפיתרון הטוב ביותר ללקוח, הן לטווח הקצר והן לטווח הארוך.
5. המסר ללקוח כי אין לו צורך באחזקת מלאי חמרי גלם. החברה תחזיק עבורו את המלאי ותספק לו את צרכיו בתחום המתכות מדי יום ובכך תחסוך לו בעלות הכוללת.

6. המסר ללקוח כי היא מוכרת בנוסף למוצר, זמינות של המלאי, שירות, איכות ואמינות (החברה מספקת תעודות איכות של יצרן החומר ללקוח, למיטב ידיעתה של החברה לא כל המתחרים נוהגים כך). החברה נתפסת על ידי הלקוחות כחברה אמינה, בעלת זמינות מוצרים ומהירות אספקה מהטובים בענף.

13. עונתיות

אין לחברה עונתיות בפעילותה העסקית.

14. כושר יצור

החברה איננה חברה יצרנית. עם השלמת תוכנית ההשקעות ברבעון השני של שנת 2008, האופרציה באתר ממנו פועלת החברה בישראל תוכל לענות על צרכי החברה בעתיד ואף לתמוך במחזור מכירות בישראל של עד 1.4 מיליארד ש"ח באותם סטנדרטים של איכות השירות והאמינות בהם פועלת החברה כיום.*

* המידע הנ"ל הנו מידע צופה פני עתיד שהנו מידע בלתי ודאי לגבי העתיד, המבוסס על הערכות החברה וכוונות החברה, רמת מחירי מוצרי המתכת השונים, שינויים בשערי החליפין ושיעורי הצמיחה במדינות השונות, גורמים שאינם תלויים בחברה והאינפורמציה הקיימת בחברה במועד הדוח. התוצאות בפועל עשויות להיות שונות באופן מהותי ואין כל ודאות כי המטרות הללו תושגנה.

15. רכוש קבוע ומתקנים

1. מקרקעין

באתר החברה כ-6 מבנים, מבנה משרדים, חדרי ישיבות ושטחי תצוגה בשטח של 2,400 מ"ר ו-5 מחסנים מקורים בשטח כולל של כ-43,000 מ"ר. למידע נוסף ראה ביאורים ה'11 ו-'21א' לדוחות הכספיים.

2. ציוד אחסון

לחברה 5 מחסנים אוטומטיים:

4 לאחסון מוצרים ארוכים (דהיינו: צינורות, מוטות, שטוחים, פרופילים ועוד) ומחסן אוטומטי לתחום האביזרים כדלקמן:

1. מחסן אחד המכיל 2,000 קאסטות. אורך כל קאסטה 7.5 מטר. יכולת אחסון בקאסטה 3 טון (סה"כ כושר אחסון 6,000 טון).
2. מחסן שני המכיל 1,750 קאסטות. אורך כל קאסטה 6.5 מטר. יכולת אחסון בקאסטה 2 טון (סה"כ כושר אחסון 3,500 טון).
3. מחסן שלישי המכיל 2,530 קאסטות. אורך כל קאסטה 6.5 מטר. יכולת אחסון בקאסטה 2.5 טון (סה"כ כושר אחסון 6,325 טון).

4. מחסן רביעי המכיל 6,500 קאסטות. אורך כל קאסטה 8.2 מטר. יכולת אחסון בקאסטה 2 טון (סה"כ כושר אחסון 13,000 טון).
5. מחסן אוטומטי לתחום האביזרים, הברגים, חומרי הרתך וצנרת נחושת במשטחים - המחסן בעל נפח אחסון של 7,800 משטחים או כלובים עד משקל של 1.2 טון כ"א. השינוע מבוצע ע"י 3 עגורנים ממוחשבים, שמעבירים את המשטחים לתחנות ליקוט ממוחשבות. בנוסף במחסן עוד 4 עגורנים ממוחשבים מהירים לארגזים/קופסאות במשקל של עד 50 ק"ג עבור נפח של 57,000 ארגזים. סה"כ ישנם 6 תחנות ליקוט ו-4 תחנות הזנה למחסן.

3. קווי חיתוך וגזירה של גלילים לפחים וסרטים

לחברה 5 קווי חיתוך וגזירה:

1. קו חיתוך מגלילים לפחים מחומרים נקיים (דהיינו: נירוסטה, אלומיניום, נחושת, פליז וכדומה) לרבות יכולת גזירה Blanking.
2. קו חיתוך מגלילים לפחים בתחום הפלדה לרבות יכולת גזירה Blanking.
3. קו גזירה מגלילים לסרטים לכל סוגי החומרים.
4. קו חיתוך גלילים לפחים, המסוגל לחתוך גלילים ברוחב מיוחד של עד 2 מטר רוחב ועוביים של עד 8 מ"מ.
5. קו חיתוך גלילים לפחי פלדה, המסוגל לחתוך גלילים בעובי מ-0.3 עד 2.5 מ"מ וברוחב 1.2 מטר.

4. קו לליטוש וציפוי של פחי נירוסטה ואלומיניום

- לחברה קו ייחודי לליטוש פחים מעובי של 0.5 מ"מ ועד עובי 12 מ"מ וברוחב 1,500 מ"מ כולל יכולת להברשת הפחים.

5. קווי ניסור

1. 4 משורי דיסק חדישים ממוחשבים לחיתוך פלטות אלומיניום ופלסטיק בעוביים מ-5 מ"מ ועד 254 מ"מ.
2. 3 משורים נוספים לפלטות אלומיניום ופלסטיק.
3. משור ענק לחיתוך פלטות מכל סגסוגות המתכת עד לעובי של 800 מ"מ ובאורך של עד 6,000 מ"מ ורוחב עד 2,000 מ"מ ולפלטות במשקל עד ל-10,000 ק"ג.
4. 4 משורי דיסק מהיר לחיתוך אוטומטי, חדישים וממוחשבים למספר רב של חיתוכים ולתכנות של עד 6 עבודות חיתוך במקביל. המשורים מיועדים לניסור של כל סוגי הפלדות מעובי של 5 מ"מ ועד לעובי של 260 מ"מ.
5. 22 משורי סרט נוספים לחיתוך כל מגוון החומרים בקטרים מ-5 מ"מ ועד 500 מ"מ.
6. 39 משאיות להובלה בגדלים שונים בעלות כושר העמסה של 4 טון ועד 20 טון וכ-122 כלי רכב פרטיים.

7. אמצעי שינוע הכוללים 25 עגורנים עד כושר העמסה של 16 טון וכ-37 מלגזות עד לכושר העמסה של 16 טון, מתוכן 3 בליסינג תפעולי.

8. מחשוב

לחברה ציוד מחשוב מתקדם והיא פועלת באמצעות תוכנת ERP של חברת SAP.

9. רכוש קבוע בחברות הבנות בחו"ל

1. בבעלות החברות בארה"ב וחברת הבת בקוריאה מכונות וציוד, שעלותם הסתכמה לסך של 27,158 אלפי ש"ח נכון ליום 31 בדצמבר, 2012. ברשות החברה 5 משורי דיסק חדישים ממוחשבים לחיתוך פלטות אלומיניום, משור דיסק ישן לחיתוך פלטות אלומיניום, משור סרט חדיש ממוחשב לחיתוך פלטות אלומיניום (בלוקים) עד עובי של 20", 5 משורי סרט (ורטיקאליים) לפלטות, 10 משורי סרט לחיתוך מוטות, 4 משורי דיסק למוטות, 15 מלגזות ו-20 side loaders, 4 טנדרים, 2 גיליוטינות, עגורני זרוע ועגורנים עיליים, כ-23 משאיות בליסינג תפעולי ו 4 משאיות בבעלות. כמו כן, 6 רכבים פרטיים בבעלות ו-10 בליסינג. ברשות החברה בדרום קוריאה משור דיסק חדיש ממוחשב לחיתוך פלטות אלומיניום, 4 משורי סרט ורטיקאליים למוטות, שתי מלגזות, משאית ושני רכבים פרטיים בבעלות.

2. בבעלות חברת Gilinox קרקע המשתרעת על שטח של כ-15 דונם קרקע עליה הקימה Gilinox מחסן בגודל של 5,000 מ"ר. עלות המקרקעין ליום 31 בדצמבר, 2012 הסתכמה לסך של 22,274 אלפי ש"ח. ברשות החברה 4 רכבים פרטיים בליסינג תפעולי, 3 משאיות, 3 מלגזות, עגורן, משור דיסק לחיתוך אלומיניום, משור ורטיקאלי לחיתוך פלסטיק ו-2 משורי סרט לחיתוך כל סוגי המתכות.

3. בבעלות החברה בצ'כיה מכונות וציוד שעלותם הסתכמה לסך של 7,047 אלפי ש"ח נכון ליום 31 בדצמבר, 2012. ברשות החברה 2 משורי דיסק לחיתוך פלטות אלומיניום, 4 משורי סרט, 6 מלגזות ועגורן. כמו כן, 11 רכבים פרטיים בבעלות.

4. בבעלות החברה בפולין מכונות וציוד שעלותם הסתכמה לסך של 3,832 אלפי ש"ח נכון ליום 31 בדצמבר, 2012. ברשות החברה 2 משורי דיסק לחיתוך אלומיניום, 4 משורי סרט, ו-4 מלגזות. כמו כן, 11 רכבים פרטיים בבעלות ו-4 בליסינג.

5. בבעלות החברה בסין 2 משורי סרט, משור דיסק, מלגזה ומשאית.

16. נכסים בלתי מוחשיים

אין לחברה נכסי קניין רוחני, פטנטים, סימני מסחר, רישיונות או זיכיונות שלחברה זכויות בהם.

במסגרת הרכוש האחר במאזן החברה נכלל מוניטין ששולם בעדו סך של 4,807 אלפי ש"ח בעת רכישת פעילות מסחר במתכות במהלך שנת 2002 ומוניטין ששולם עבורו בסך 1,584 אלפי ש"ח בעת רכישת פעילות מסחרית של מסחר במתכות ע"י חברת Primapol בצ'כיה.

החל משנת 2006 החברה לא מפחיתה בדוחותיה הכספיים את המוניטין הנ"ל.

בגין רכישת פעילויות עסקיות ע"י חברת Hadco בארה"ב נרשם מוניטין בסך של 8,574 ש"ח. במסגרת הבחינה השנתית של ירידת ערך של מוניטין ליום 31 בדצמבר 2011 נמצא כי יש להפחית במלואו את ערכו של המוניטין המשויך לפעילות Hadco Metal Trading LLC בסך של 8,574 אלפי ש"ח. בהתאם, כללה הקבוצה בחשבונויות הפחתה לירידת ערך של נכס המוניטין בסכום האמור - ראה באור 12 לדוחות הכספיים.

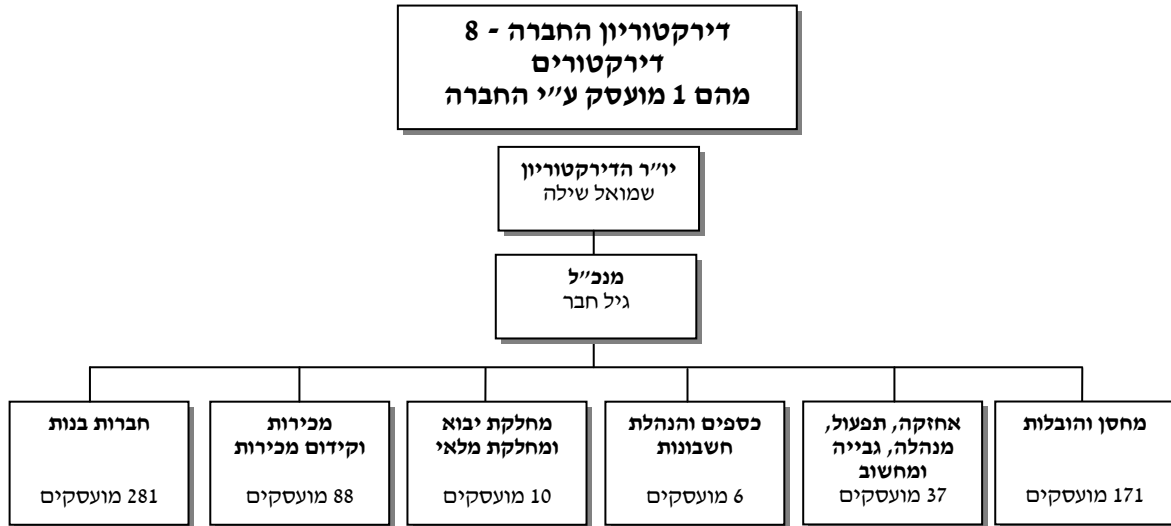
כמו כן נרשמו בגין רכישת פעילות עסקית ע"י חברת Hadco בארה"ב נכסים בלתי מוחשיים בגין רשימת וקשרי לקוחות, שיתרתם המופחתת נכון ליום 31 בדצמבר 2012 הינה 306 אלפי ש"ח. נכסים אלה מופחתים על פני תקופת ההנאה הכלכלית כפי שנקבעה בעת הרכישה.

17. הון אנושי**1. מבנה הארגוני של החברה**

ליום 31 בדצמבר, 2012 - בחברה מועסקים כ-314 עובדים, בפעילות בארה"ב מועסקים כ-162 עובדים, בחברת הבת בדרום קוריאה מועסקים כ-6 עובדים, בחברת הבת בצ'כיה מועסקים כ-48 עובדים, בחברת הבת בפולין כ-38 עובדים, בחברת הבת ברומניה כ-24 עובדים ובסין 3 עובדים. סך הכל בקבוצה כ-595 עובדים לעומת 602 עובדים נכון ליום 31 בדצמבר, 2011.

נכון למועד הדוח מועסקים בקבוצה כ-598 עובדים.

ליו"ר החברה, למנכ"ל החברה ולמספר עובדים בכירים נוספים ניסיון רב של עשרות שנים בתחום המסחר במתכות בישראל ובחול, וברכש מתכות (כ-60 מועסקים). לדעת הנהלת החברה לעובדה זו חשיבות רבה במיצובה של החברה בתחום המסחר במתכות בישראל וביכולת של החברה להגדיל את היקף פעילותה וסל מוצריה.



2. שינוי במספר המועסקים בחברה ובחברות הבנות

בסוף שנת 2012 הועסקו בחברה בישראל כ-314 לעומת כ-322 שהועסקו נכון לסוף שנת 2011.

בסוף שנת 2012 ו-2011 הועסקו בחברת Hadco כ-163 עובדים.

בסוף שנת 2012 הועסקו בחברת M.T.S כ-5 עובדים לעומת כ-8 עובדים שהועסקו בסוף שנת 2011.

בסוף שנת 2012 ו-2011 הועסקו בחברת Primapol כ-48 עובדים.

בסוף שנת 2012 הועסקו בחברת Alinox כ-38 עובדים לעומת כ-33 עובדים שהועסקו נכון לסוף שנת 2011.

בסוף שנת 2012 הועסקו בחברת Gilinox כ-24 עובדים לעומת כ-25 עובדים בסוף שנת 2011.

בסוף שנת 2012 ו-2011 הועסקו בחברת D.B.M 3 עובדים.

3. תלות

אין לחברה תלות בעובד מסוים. מנכ"ל החברה מנהל פעילויות רבות בחברה באופן ישיר.

במהלך 10 השנים האחרונות הכשירה החברה צוות ניהולי נוסף של כ-40 עובדים, המנהלים מחלקות, חברות בנות ופרויקטים וזאת על מנת לבזר סמכויות ולתמוך בגידול בפעילות החברה.

4. אימונים והדרכות

הנהלת החברה ומנהלי תחומים בחברה מעבירים מעת לעת בהתאם לצורך פעילויות של הדרכה בהן נדונים נושאים רבים הקשורים לפעילות החברה, לאנשי המכירות ולאחרים. ביתר מחלקות החברה מתבצעות הדרכות מעת לעת. לחברה תוכנית הדרכה מקצועית לאנשי המכירות. הדרכות אלו עוסקות בלימוד אנשי המכירות את מוצרי החברה ותורת השיווק והמכירות.

כל בוקר מתקיימת הדרכה לאנשי המכירות על ידי המנהלים וראשי התחומים והמוצרים השונים.

עובדי החברה עוברים קורסים נוספים בתחומים שונים כגון: יבוא-יצוא, אנגלית, אקסל, SAP, נהיגה מונעת, קורסי הפעלת עגורנים, מלגזות, מנופים וכדומה.

במהלך השנה החברה המשיכה לפתח תוכנית E-learning המכילה לומדות והדרכות המקיפות את כל תחומי העיסוק של החברה. מטרת התוכנית לאפשר הכשרת עובדים ומנהלים, המותאמת ספציפית לכל עובד וזאת באמצעות עבודה מול המחשב.

5. תוכניות תגמול לעובדים

אין לחברה בישראל מדיניות קבועה במתן בונוסים לעובדים ואין תוכניות תגמול לעובדים. בשנים 2009 ו-2010 לא חולק בונוס לעובדים בישראל. בשנת 2012 ובשנת 2011 חולקו בונוסים למספר עובדים מצומצם, 40 ו-20 עובדים בהתאמה, שאינם נושאי משרה, לפי שיקול דעת ההנהלה. כמו כן חולקו בונוסים לנושאי משרה כפי המפורט בדוח פרטים נוספים על התאגיד פרק ד' - תשלומים לנושאי משרה בכירה. בחברות בחו"ל קיימות תוכניות לחלוקת בונוסים שהינן חלק מתנאי השכר של העובדים. הבונוסים מוענקים כפונקציה של עמידה ביעדי מכירות ורווחיות.

6. הטבות וטיבם של הסכמי העסקה בחברה

לפרטים אודות הסכם העסקה של יו"ר דירקטוריון החברה, ראה ביאור 30ג' בדוחות הכספיים ותקנה 21 בפרטים נוספים על התאגיד.

לפרטים אודות הסכם העסקה של מנכ"ל החברה, ראה ביאור 30ד' לדוחות הכספיים ותקנה 21 בפרטים נוספים על התאגיד.

למעט הסכמים אלה והסכמים המפורטים בדוח פרטים על התאגיד פרק ד' - תשלומים לנושאי משרה בכירה - אין בחברה הסכמי העסקה מהותיים.

כל עובדי החברה מבוטחים בביטוח מנהלים, אובדן כושר עבודה וביטוח בריאות, ולחלק מעובדי החברה מעמידה החברה רכב צמוד.

נושאי המשרה מבוטחים על ידי החברה בפוליסת ביטוח נושאי משרה ודירקטורים בכפוף להוראות חוק החברות, תשנ"ט-1999. כמו כן העניקה החברה כתבי שיפוי לנושאי המשרה בחברה, אשר אושרו על ידי האסיפה הכללית של החברה, בכפוף לכך שהוראת השיפוי בתקנון החברה מוגבלת ל-25% מההון העצמי של החברה ליום מתן השיפוי. כמו כן, על פי תקנון החברה, החברה רשאית לפטור מראש נושאי משרה בה מאחריותם, כולה או מקצתה, בשל נזק עקב הפרת חובת הזהירות כלפיה.

חברות מאוחדות בחו"ל

לגבי תנאי העסקה של מנכ"לים של חברות מאוחדות בחו"ל ראה באור 30ה'-30ט' לדוחות הכספיים.

7. שינויים מבניים, תוכניות התייעלות וקיצוצים במצבת כח האדם
 במהלך השנים 2011 ו-2012 קוצצה מצבת כוח האדם בחברה בישראל בכ-24 עובדים
 ובכ- 8 עובדים, בהתאמה.

18. ספקים

החברה מייבאת מוצרים מ-250-300 ספקים מכל רחבי העולם. לכל סוג מוצר ישנו לרוב מספר ספקים.
 לחברה ספק אשר היקף הרכישות ממנו היווה מסה"כ הקניות במאוחד כ-6.37%, כ-4.94%
 וכ-5.64% בשנים 2012, 2011 ו-2010 בהתאמה.
 לחברה ספק אחר אשר היקף הרכישות ממנו היווה מסה"כ הקניות במאוחד בשנת 2012 כ-
 4.34%.
 לדעת החברה אין לה תלות בספקים הנ"ל משום שאת המוצרים הנמכרים על ידם ניתן
 לרכוש גם מספקים אחרים.
 לחברה יש התחייבות כלפי יצרן אחד לרכישת כמויות של מוצרי אלומיניום שסוכמו
 במחירים מיוחדים. הסכם זה מהווה גיבוי לאספקת אלומיניום.

19. הון חוזר

ההון החוזר של החברה ליום 31.12.12 הסתכם לסך של 684,758 אלפי ש"ח לעומת 636,271
 אלפי ש"ח אשתקד.
 באופן כללי תחום פעילותה של החברה במסחר במתכות הנו תחום הדורש מימון הון חוזר
 ניכר עקב הצורך באחזקת רמת מלאי גבוהה, מתן אשראי ארוך ללקוחות ואשראי ספקים
 קצר באופן ניכר מימי האשראי הניתנים ללקוחות.
 הגידול בהון החוזר בשנת 2012 נובע בעיקר מגידול ביתרת הלקוחות והמזומנים שהתקזזה
 מהירידה במלאי, וכן מירידה ביתרות הזכאים ומהעלייה באשראי לזמן קצר.

1. מדיניות אחזקת המלאי

המלאי ליום 31.12.12 הסתכם לסך של 526,141 אלפי ש"ח לעומת סך של 530,512 אלפי
 ש"ח אשתקד. הקיטון במלאי נובע בעיקר לאור מדיניות החברה להקטין את חודשי
 המלאי, בין היתר באמצעות ניוד מלאי מוצריה השונים בין חברות הקבוצה והקטנת
 הרכש מהספקים. עקב המשבר העולמי התקצרו זמני האספקה של היצרנים עובדה
 שנוצלה על ידי החברה לביצוע רכש לעיתים תכופות יותר ובכמויות קטנות יותר. לגבי
 פירוט הירידה במלאי במהלך שנת 2012 לפי חברות הקבוצה ראה סעיף 2(4) בדוח
 הדירקטוריון.
 החברה מיישמת מדיניות של אחזקת רמות מלאי גבוהות ביחס למקובל בענף תוך כדי
 התאמת רמת המלאי לתנודות המחירים בעולם.
 מטרת החברה לשמש ללקוח "ONE STOP SHOP" כך שהלקוח יוכל לרכוש את כל
 צרכיו בתחום המתכות בחברה אחת תוך כדי הזמנת הסחורה ואספקתה למחרת. לצורך

ישום מדיניות זו ועל מנת להוות שחקן מרכזי בכל סוגי המוצרים אותם משווקת החברה היא נדרשת לאחזקת מלאי מגוון מאוד וברמה גבוהה מהמקובל בענף. הנהלת החברה בדעה כי רמת המלאי הגבוהה מהמקובל בענף (תוך כדי התאמת רמת המלאי לתנודות המחירים בעולם) מהווה יתרון ולא חיסרון ומאפשרת לחברה להשיג שיעור רווח גולמי גבוה מהמקובל בענף (החברה מיישמת מדיניות זו מיום הקמתה). לצורך יישום אסטרטגיה זו נדרשת החברה לשמור על יתרות נזילות גבוהות ואכן החברה שומרת על יתרות נזילות בסכומים ניכרים. לגבי יתרות המלאים ליום 31.12.2012 בפירוט לפי מגזרים גאוגרפיים ראה באור 29 בדוח הכספי.

ימי המלאי הממוצעים בשנים 2012, 2011 ו-2010 עמדו על 227, 257 ו-307 ימים, בהתאמה.

2. מדיניות החזרת סחורות

מוצריה של החברה מסופקים ללקוחות בהתאם לתקנים בינלאומיים. החברה מאשרת החזרות במידה והחומר שסופק אינו עונה על התקן המתייחס או שחלה טעות אשר מקורה בחברה. במקרה שהחומר לא עובד על ידי הלקוח וחלה טעות בהזמנה על ידי הלקוח, החברה מאפשרת ללקוח להחזיר את הסחורה ובחלק מהמקרים גובה דמי טיפול להחזרה בסכום מינימלי.

שיעור ההחזרות מסך המכירות הנו זניח ולא מהותי.

3. אחריות

החברה אינה מספקת אחריות למוצרים. המוצרים מיובאים על פי תקנים בינלאומיים ובאחריות החברה לספק מוצרים בהתאם לתקן שנקבע ובהתאם לפרטי ההזמנה של הלקוח. אחריות החברה מקבילה לאחריות היצרן בחו"ל, דהיינו החלפת מוצר פגום במוצר תיקני במידה והתגלתה אי התאמה לתקן ולהזמנת הלקוח.

4. מדיניות אשראי ללקוחות

יתרת הלקוחות ליום 31.12.12 הסתכמה לסך של 319,281 אלפי ש"ח לעומת סך של 281,375 אלפי ש"ח אשתקד.

מספר ימי האשראי הממוצע ללקוחות לשנים 2012, 2011 ו-2010 הנו 88, 92 ו-96 ימים, בהתאמה.

לגבי יתרות הלקוחות ליום 31.12.2012 בפירוט לפי מגזרים גאוגרפיים ראה באור 29 בדוח הכספי.

ימי האשראי הממוצעים ללקוחות בפילוח המגזרים הגיאוגרפיים השונים של החברה לשנים 2012, 2011 ו-2010 הינם כדלקמן:

ישראל - 118, 127 ו-129 ימים, בהתאמה,
 ארה"ב - 45, 47 ו-45 ימים, בהתאמה,
 אירופה - 61, 58 ו-57 ימים, בהתאמה.

א. החברה מיישמת מדיניות אשראי וגביה בלתי מתפשרת.

- ב. החברה משתדלת כי לכל לקוח יהיו תנאי תשלום מסוכמים מראש בכתב.
- ג. לכל לקוח נקבע סכום אובליגו, אשר חריגה ממנו מחייבת אישור הנהלה. גובה סכום האשראי משתנה מלקוח ללקוח על סמך ניסיון העבר עם הלקוח, מידע המתקבל ממאגרי מידע, מהדוחות הכספיים של הלקוח ואינפורמציה אחרת.
- ד. החברה עושה מאמצים לגבות המחאות דחיות מהלקוחות למועד הפרעון בהתאם לתנאי התשלום שנקבעו.
- ה. החברה משתדלת לקבל בטחונות מהלקוחות הכוללים בד"כ ערביות אישיות, המחאות אישיות ושטרי חוב.
- ו. כל לקוחות החברה מדורגים על פי קריטריונים פנימיים, שקבעה הנהלת החברה.
- ז. החברה נעזרת באופן שוטף במאגרי מידע לבדיקת האשראי הניתן ללקוחות.
- ח. ככלל שיעור החובות האבודים והמסופקים מסך מכירות החברה לאורך השנים לא עלה על שיעור של 0.4%.

5. מדיניות האשראי מספקים

- א. מדיניות האשראי מהספקים שונה מספק לספק בהתאם לפרמטרים הבאים:
- משך ההיכרות העסקית של החברה עם הספק (בדרך-כלל אם החברה רוכשת מהספק מוצרים מספר שנים, ימי האשראי שיתקבלו יהיו ארוכים לעומת ספק חדש, אך בד"כ לא יהיו יותר מ-90 יום משטר מטען או מתאריך החשבונית).
 - במוצרים חדשים או בהזמנה התחלתית מהספק תנאי התשלום יהיו בתשלום במזומן מראש או במכתב אשראי.
 - יבוא ממדינות מסוימות יהיה במזומן מראש בדרך-כלל.
- ב. מספר ימי האשראי הממוצע מספקים לשנים 2012, 2011 ו-2010 הנו 34, 45 ו-41 ימים, בהתאמה.
- ימי האשראי הממוצעים לספקים בפילוח המגזרים הגיאוגרפיים השונים של החברה לשנים 2012, 2011 ו-2010 הינם כדלקמן:
- ישראל - 35, 47 ו-43 ימים, בהתאמה,
 ארה"ב - 35, 49 ו-42 ימים, בהתאמה,
 אירופה - 27, 25 ו-25 ימים, בהתאמה.

20. השקעות בחברות בנות ובפעילויות אחרות

ראה באור 10 לדוחות הכספיים.

21. מימון

1. כללי

החברה מממנת את פעילותה העסקית באמצעות ארבעה גורמים עיקריים: (1) המערכת הבנקאית, (2) שוק ההון, (3) הון עצמי, (4) אשראי ספקים.

כמדיניות, החברה שומרת על יתרות נזילות משמעותיות. ליום 31.12.12 מסתכמים המזומנים וניירות הערך הסחירים לסך של 174,460 אלפי ש"ח.

2. אשראי בנקאי ואחר

החברה - פעילות בישראל

כל האשראי הבנקאי של החברה הנו אשראי לטווח ארוך, שעיקרו ניתן לפרקי זמן של 4 עד 6 שנים. האשראי הבנקאי ניתן בריבית משתנה על בסיס ריבית הפריים, ריבית צמודה למדד המחירים לצרכן ובריבית קבועה.

ארה"ב

בחודש יולי 2010 פרעו חברות הבנות Hadco ו-M.T.S מסגרת אשראי שניתנה מבנק בחו"ל. עקב כך הוסרו כל השעבודים וההתניות הפיננסיות שנבעו ממסגרת האשראי. נכון ליום 31.12.2012 לחברות הבנות Hadco ו-M.T.S הסכם עם בנק בחו"ל לקו אשראי בסך של 2 מיליון דולר מתחדש לשנה ונושא ריבית משתנה בשיעור ה-Libor התלת חודשי (ליום 31.12.2012 כ-0.2%) בתוספת 0.3%. קו האשראי בתוקף עד ליום 3 באוגוסט, 2013. נכון ליום 31.12.2012 לא נעשה כל שימוש בקו אשראי זה. בגין קו האשראי הנ"ל לא קיימים כל שעבודים או אמות מידה פיננסיות כלשהן.

צ'כיה

ל-Primapol הסכם עם בנק בחו"ל בסך של 1 מיליון אירו נושא ריבית בשיעור ה-Pribor התלת חודשי בתוספת 0.2%. בנוסף, קיימת מסגרת בגין אשראי דוקומנטרי בסך 400 אלף יורו. Primapol חתמה לבנק על המחאת זכות על חובות הלקוחות בגין קו אשראי זה.

ל-Primapol קו אשראי נוסף מבנק בחו"ל על סך של 9 מיליון קרונות צ'כיות נושא ריבית בשיעור ה-Pribor החודשי בתוספת 0.2%. קו האשראי מתחדש כל שלושה חודשים.

ל-Primapol הסכם אשראי עם בנק נוסף בחו"ל על סך של 2.5 מיליון יורו. האשראי המנוצל נושא ריבית בשיעור ה-Libor (אירו) בתוספת 2.5% המשולמת מדי חודש. כמו כן, התחייבה החברה כלפי הבנק שכל עוד שלא נפרעו כל התחייבויותיה כלפי הבנק, סה"כ ההון העצמי של חברת Primapol, כולל הלוואות בעלים, לא יהיה פחות מ-3 מיליון אירו.

רומניה

ל-Gilinox הלוואה לזמן ארוך מבנק בחו"ל שיתרתה נכון ליום 31 בדצמבר 2012 הינה 3 מיליון אירו, נושאת ריבית משתנה בשיעור ה-Libor (אירו) לשישה חודשים בתוספת 3.25%. הלוואה זו שימשה לרכישת המקרקעין של החברה.

סין

נכון למועד הדוח לא קיים אשראי בנקאי בחברה זו.

הרכב האשראי במאוחד ומועדי פירעון

ראה באורים 16 ו-13 בדוח הכספי.

שיעור הריבית בגין הלוואות בנקאיות שהתקבלו לאחר תאריך הדוחות הכספיים הנו פריים בתוספת כ-0.76% בממוצע.

להלן מבנה האשראי הבנקאי של החברה במאוחד לזמן קצר :

מאוחד	
31 בדצמבר	
2012	
אלפי ש"ח	
מדווחים	
10,954	באירו - בריבית Libor (אירו) בתוספת 2.5%
1,346	בקרונה צ'כית - בריבית Pribor בתוספת 2%
257	באירו - בריבית Euribor בתוספת 2%
12,557	

סה"כ האשראי הבנקאי במאוחד לא כולל אג"ח ליום 31.12.12 הנו בסך של 563,635 אלפי ש"ח.

3. גיוס אגרות חוב בלתי סחירות מגופים מוסדיים בשוק ההון
ראה באור 17 בדוח הכספי.

4. אשראי ספקים חו"ל

החברה וחברות מאוחדות מקבלות מהספקים בחו"ל אשראי לתקופות שנעות מתשלום מראש ועד 90 יום. תקופת האשראי הממוצעת בשנת 2012 עמדה על כ-34 יום. ההיקף הממוצע של האשראי מהספקים בחו"ל עמד על 45,498 אלפי ש"ח.

5. שיעור ריבית ממוצע על הלוואות שהיו בתוקף בתקופת הדוח, שאינן מיועדות לשימוש

ייחודי בידי התאגיד

להלן פרטים אודות האשראי של הקבוצה:

המלווה	בסיס הצמדה וריבית	יתרה ליום 31.12.2012 באלפי ש"ח	שיעור ריבית משוקלל באחוזים נכון ליום 31.12.2012
חוץ בנקאי	מדד - בריבית קבועה	101,102	5.10%
חוץ בנקאי	דולר - בריבית קבועה	1,162	3.06%
חוץ בנקאי	בקרונה צ'כית בריבית קבועה	255	4.66%
חוץ בנקאי	בזלוטי פולני בריבית קבועה	252	3.88%
המערכת הבנקאית	באירו - בריבית משתנה	14,762	3.50%
המערכת הבנקאית	בקרונה צ'כית בריבית משתנה	1,346	2.65%
המערכת הבנקאית	באירו - בריבית משתנה	257	2.22%
המערכת הבנקאית	באירו - בריבית משתנה	10,954	2.55%
המערכת הבנקאית	ללא הצמדה בריבית משתנה	402,934	3.92%
המערכת הבנקאית	מדד - בריבית קבועה	24,882	2.86%
המערכת הבנקאית	ללא הצמדה בריבית קבועה	108,500	4.69%
		<u>666,406</u>	
סה"כ אשראי			

6. מגבלות החלות על החברה בגין אשראי שנתקבל ע"י החברה

למעט התחייבות לפיה חתמה החברה על הסכם שיעבוד שלילי (Negative Pledge) עם תאגידי בנקאיים ובעלי אגרות חוב מסוימים בקשר לקבלת הלוואות על ידי החברה, לפיו לא יירשמו שעבודים שוטפים על נכסי החברה לטובת אותם תאגידי בנקאיים ובעלי אגרות חוב, וזאת כנגד התחייבות החברה להימנע מיצירת שעבודים שוטפים על נכסיה לטובת צד שלישי כלשהו ללא הסכמה של התאגידי הבנקאיים ובעלי אגרות החוב מראש והתחייבות של החברה לטובת בנק ובעלי אגרות חוב מסוימים שלא יהיה שינוי במבנה האחזקות אשר יגרום לשינוי בשליטה, ללא קבלת הסכמת התאגידי הנ"ל מראש, לא חלות מגבלות על החברה בקבלת אשראי.

7. שעבודים וערבויות

החברה

לא מוטלים על החברה שעבודים ואין לה הגבלות על שימוש בנכסיה בגין אשראי שקיבלה (זולת Negative Pledge כאמור לעיל) ולא ניתנו ערבויות כלשהן בגין האשראי שנתקבל.

רומניה

במסגרת הסכם הלוואה, שחתמה Gilinox עם בנק בחו"ל לצורך רכישת המקרקעין שבבעלותה כאמור לעיל, שיעבדה החברה כבטחון להלוואה את המקרקעין שבבעלותה.

צ'כיה

בגין הסכמי אשראי של Primapol מבנקים בחו"ל חתמה Primapol לבנק על המחאת זכות על חובות הלקוחות בגין קו אשראי.

8. אשראי שהתקבל ושנפרע לאחר תאריך הדוחות הכספיים ועד סמוך לפרסום הדוח
 סכום האשראי הבנקאי שהתקבל לאחר תאריך הדוחות בהלוואות לזמן ארוך הסתכם לסך של 20,000 אלפי ש"ח בריבית פריים בתוספת כ-0.76%. בתקופה הנ"ל פרעה החברה הלוואות בנקאיות בסך של 44,028 אלפי ש"ח ואגרות חוב בסך של 33,754 אלפי ש"ח.

9. מסגרות האשראי של החברה

למועד תאריך הדוח הנ"ל לחברה מסגרות אשראי כוללות במערכת הבנקאית (הלוואות לזמן ארוך, הלוואות לזמן קצר, קווי אשראי, מכתבי אשראי ועסקאות מט"ח) בהיקף של כ-737 מיליון ש"ח, מתוכן מנוצל נכון לתאריך האמור בהלוואות לזמן ארוך, בקווי אשראי ובמכתבי אשראי סך של כ-580 מיליון ש"ח.

22. מיסוי

לפרטים אודות דיני המס החלים על החברה וחברות הבנות שלה ראה באור 20 א-ג' לדוחות הכספיים של החברה לשנת 2012 המצורפים לדוח התקופתי. שומות מס סופיות - ראה באור 20 ד' לדוחות הכספיים. הפסדים צבורים לצורכי מס וסכומי המסים הנדחים שהוכרו בגינם בדוחות הכספיים - ראה באור 20 ה-ו' לדוחות הכספיים.

23. איכות הסביבה

למיטב ידיעת החברה לא חלות הוראות מגבילות על פעילות החברה הנוגעות לאיכות הסביבה היות והחברה עוסקת במסחר במתכות ואין באופי פעילותה נושאים הקשורים לאיכות הסביבה.

24. מגבלות ופיקוח על פעילות התאגיד

למיטב ידיעת החברה לא חלות מגבלות על פי דין או הסדרים חוקיים הנוגעים לחלק מהותי בפעילות התאגיד ומשפיעים עליו באופן מהותי.

25. הסכמים מהותיים שלא במהלך העסקים הרגיל אשר התאגיד צד להם

אין לחברה הסכמים שלא במהלך העסקים הרגיל.
 לחברה מספר התקשרויות מהותיות ארוכות טווח עם ספקים לרכישת סחורה.

26. הסכמי שיתוף פעולה אסטרטגים

אין לחברה הסכמי שיתוף פעולה אסטרטגים.

27. הליכים משפטיים

ראה ביאור 21' לדוחות הכספיים.

28. יעדים ואסטרטגיה עסקית

האמור להלן הנו מידע צופה פני עתיד המבוסס על הערכות הנהלת החברה. התוצאות בפועל עשויות להיות שונות באופן מהותי מן התוצאות המוערכות או המשתמעות ממידע זה, בין היתר, במקרה של האטה בשווקים בישראל ובעולם, שינויים במחירי מוצרי המתכות בעולם, שינויים בשערי החליפין וכתוצאה משינויים מדיניים, כלכליים וביטחוניים במדינות בהן פועלת החברה.

1. שוק מקומי

האסטרטגיה של החברה בשוק המקומי לשמש ללקוח "ONE STOP SHOP" כך שהלקוח יוכל לרכוש את כל צרכיו בתחום מוצרי המתכות בחברה אחת תוך כדי הזמנת הסחורה ואספקתה למחרת.

לצורך יישום אסטרטגיה זו החברה:

- א. מחזיקה רמת מלאי גבוהה מהמקובל בענף, הכולל מגוון רב של מוצרי מתכות ומעל ל-80,000 מוצרי מדף.
- ב. לחברה ציוד אחסון מהמתקדמים בישראל ובעולם בתחום פעילותה המאפשרים לחברה ניפוק רב של פריטים בזמן קצר מאוד יחסית (בין היתר באמצעות מחסנים אוטומטים).
- ג. לחברה ציוד ניסור וחיתוך מתקדם ביותר המאפשר חיתוך וניסור מהירים ובאיכות גבוהה מאוד ואספקה של חומר חתוך למידה למחרת הזמנת הסחורה.
- ד. לחברה מערך הכולל כ-65 אנשי מכירות העובדים באולם פתוח המאפשר תגובה וקבלת החלטות מהירה וכ-13 מקדמי מכירות הפועלים מחוץ לחברה המספקים להנהלת החברה ולאנשי המכירות מידע רב וחשוב ועוזרים בסגירת עסקאות.
- ה. לחברה מערך הפצה הכולל 39 משאיות היוצאות מדי בוקר לכל רחבי הארץ.
- ו. החברה מקפידה על אספקת המוצרים על-פי התקן הבינלאומי ובאיכות גבוהה.
- ז. החברה פועלת 24 שעות ביממה על מנת לשמור על רמת השירות הנ"ל.
- ח. החברה סיימה את ביצוע תוכנית ההשקעות שהגדילה את שטחי האחסון הפתוח של החברה באופן משמעותי, הגדילה לאין שיעור את נפח המחסנים האוטומטים (כולל מחסן לתחומי האביזרים, ברגים, צינורות נחושת, חומרי ריתוך ועוד), את יכולת החיתוך ואת מערכת המחשוב על-ידי מעבר לתוכנת ה-ERP של חברת SAP כך שתענה על צרכי המחשוב של החברה לשנים רבות.
- ט. החברה פועלת להרחבת מגוון המוצרים המשווק על ידה.

2. פעילות בחו"ל

אסטרטגיית החברות הבנות הפועלות בחו"ל הינה כדלקמן:

ארה"בM.T.S

- א. מכירה לסוחרים בארה"ב, בעיקר של פלטות אלומיניום.
 - ב. איתור הסוחרים הבינוניים והקטנים בארה"ב שבמכירות אליהם ניתן להשיג מרווח גדול יותר.
 - ג. עזרה ברכש לחברה מספקים בארה"ב.
 - ד. הגדלת מכירות היצוא, בעיקר באלומיניום תעופתי וזאת ע"י ניצול הידע הרב שנצבר בחברה בכלל ובחברה זו בפרט.
 - ה. הגדלת חוג לקוחות מקרב הסוחרים בארה"ב.
- הרחבת סל המוצרים המשווקים על ידי חברה זו לסוחרים בארה"ב למוצרים נוספים בתחום האלומיניום.
- ו. הרחבת פעילות של שיווק מוצרי אלומיניום וסגסוגות מיוחדות על בסיס עמלה ולא על בסיס אחזקת מלאי.

Hadco

- א. בחינה של פתיחת סניפים חדשים בארה"ב ופיתוח הפעילויות החדשות בדרום קוריאקה וקליפורניה.
- ב. ניצול הפלטפורמה הקיימת של הציוד, הידע והמחסנים, שיכולה לתמוך בהיקף מכירות עתידיות של עד 120 מליון דולר בשנה.
- ג. חיזוק מוטת השליטה והיעילות התפעולית ע"י התמקדות בצפון מזרח מדינת ניו יורק ובקליפורניה.
- ד. התמקדות בעסקאות בעלות היקף כספי גבוה ללקוחות גדולים.
- ה. הרחבת סל המוצרים של חברה זו לאותו חוג לקוחות תוך כדי ניצול הידע שנצבר בחברה בנושא זה.
- ו. ייעול במערך התפעול ובהוצאות התפעול של החברה.
- ז. שיפור מערכת השיווק והמכירות של חברה זו.
- ח. המשך מאמצי השיווק של מוצרים לשוק התעופתי והביטחוני בארה"ב.

Primapol - צ'כיה

- א. הרחבת סל המוצרים המשווקים ע"י החברה זו תוך התמקדות במכירות של פלטות אלומיניום בעלות רווחיות גבוהה.
- ב. הגדלת הפעילות בתחום מוצרי הפלסטיקה ההנדסית.
- ג. הגדלת חוג הלקוחות הקיים והיקף המכירות ע"י איתור לקוחות חדשים.
- ד. הרחבת היצוא למדינות הגובלות בצ'כיה.

פולין - Alinox

- א. הרחבת סל מוצרי האלומיניום המשווקים ע"י חברה זו תוך התמקדות במכירות של פלטות אלומיניום בעלות רווחיות גבוהה.
- ב. הגדלת חוג הלקוחות הקיים והיקף המכירות ע"י התמקדות במאמצי מכירות מוגברים ואיתור לקוחות חדשים.
- ג. הגדלת הפעילות בתחום מוצרי האלומיניום התעופתי. (במסגרת זו חתמה Alinox על הסכמים ארוכי טווח עם חברות תעופה בפולין לאספקת מוצרי אלומיניום לתעופה ומוצרים אחרים לתעופה).
- ד. הרחבת היצוא למדינות הגובלות בפולין.

רומניה - Gilinox

- א. להוות "ONE STOP SHOP" ללקוחות העיבוד השבבי ברומניה.
- ב. שיווק מוצרים מנירוסטה, אלומיניום ופלדה.
- ג. הרחבת סל מוצרי החברה למוצרי התעופה.
- ד. הרחבת היצוא למדינות הגובלות ברומניה.
- ה. הגדלת חוג לקוחות של החברה הנ"ל.
- ו. מאמצי שיווק ומכירה ללקוחות גדולים.
- ז. שמירה על רווחיות בסביבה עסקית קשה.

סין - D.B.M

- א. לשמש מחסן לחומרי גלם ללקוח הפועל ממדינה זו.
- ב. לשמש כמשרד ונציגות של הקבוצה בסין.

3. יעדים בשוק המקומי

1. המשך הביסוס בשווקי היעד של המוצרים היחסית חדשים של החברה:
 - א. מוצרי צנרת ואביזרים מפלדה כולל מוצרי כבוי אש ואינסטלציה.
 - ב. מוצרי פלדה.
 - ג. הרחבת המכירות במוצרי הברגים ואקסטרוזיות אלומיניום צורניות.
2. המשך ביסוס מעמדה של החברה בשיווק מוצרי הנירוסטה, האלומיניום והפלדה.
3. שמירה על רמת הוצאות התקורה ברמתן הנוכחית עובדה שתאפשר לחברה להגדיל את הרווחיות ברגע שרמת הביקושים תעלה.

4. יעדים ביצוא ובפעילויות החדשות בחו"ל

1. חברת Primapol - צ'כיה
 - א. איתור לקוחות פוטנציאליים במדינות הגובלות בצ'כיה והגדלת המכירות ליצוא.
 - ב. שיווק מוצרים לשוק התעופתי, לשוק התשתיות ולשוק התחבורה.

2. חברת פולין - Alinox

- א. איתור לקוחות פוטנציאליים במדינות הגובלות בפולין והגדלת המכירות ליצוא.
- ב. שיווק מוצרים לשוק התעופתי.
- ג. איתור לקוחות חדשים בפעילות באוקראינה ושיווק מוצרים מיוחדים שלא ניתן להשיג בשוק המקומי.
- ד. יישום ההסכמים שנחתמו לאספקת מוצרי תעופה.

3. רומניה - Gilinox

- א. איתור לקוחות פוטנציאליים במדינות הגובלות ברומניה והגדלת המכירות ליצוא.

4. פעילות בארה"ב

חברת M.T.S

- א. הגדלת מכירות היצוא, בעיקר באלומיניום תעופתי וזאת ע"י ניצול הידע הרב שנצבר בחברה בכלל ובחברה זו בפרט.

5. חברת Hadco

- א. שיפור התוצאות התפעוליות בעיקר באמצעות הגדלת היקף המכירות והתבססות בסניף החדש בקליפורניה.
- ב. הגדלת מכירות היצוא בכלל ובדרום קוריאה בפרט במרווחים המצדיקים פעילות יצוא.

4. מגמת הפיתוח בעסקי התאגיד

1. החברה הציבה לעצמה כאסטרטגיה לפעול גם בחו"ל. יצוין כי אסטרטגיית החברה המועדפת להתרחבות בחו"ל הינה באמצעות גידול אורגני.
2. בכוונת החברה להרחיב משמעותית את היקף המכירות ממוצרי הפלדה המשווקים על ידה.

5. פרישות גיאוגרפיות בין לאומיות ופעילויות חדשות

בתקופה המדווחת לא חלו פרישות בין לאומיות ופעילויות חדשות. הסניפים בדרום קוריאה, קליפורניה ואוקראינה נפתחו בשנת 2011. פתיחת הסניפים הללו לא הצריכה השקעות קפיטאליות מהותיות, שחורגות ממהלך העסקים הרגיל.

6. כניסה משמעותית לעסקים חדשים ויציאה מעסקים קיימים

בתקופה המדווחת לא חלה כניסה משמעותית לעסקים חדשים ויציאה מעסקים קיימים.

7. רכישות, מיזוגים ושיתופי פעולה אסטרטגים

בתקופה המדווחת לא חלו כל רכישות, מיזוגים ושיתופי פעולה אסטרטגים.

8. שינויים חשובים במערך השיווק, בטיפול בלקוחות, בפריסת מתקני המכירות ובמערכות ההפצה

בתקופה המדווחת לא חלו כל שינויים במערך השיווק, בטיפול בלקוחות, בפריסת מתקני המכירות ובמערכות ההפצה.

9. שינויים במבנה הארגוני או המשפטי
לא חלו שינויים במבנה הארגוני או במבנה המשפטי בארגון בתקופה המדווחת.

10. שינויים מהותיים במערך כוח האדם של החברה
בדבר שינויים מהותיים במערך כוח האדם של החברה - ראה סעיף 17(2) ו-17(7).

11. בניה או פיתוח של יכולות חדשות
בתקופה המדווחת לא פותחו יכולות חדשות.

12. שינויים משמעותיים במבנה ההון של החברה
לא חלו שינויים משמעותיים בתקופה המדווחת.

29. צפי להתפתחות בשנה הקרובה
עקב אי הוודאות הקיימת בשווקים לא ניתן לתת צפי לגבי היקף המכירות בשנת 2013.

30. אירוע או עניין החורגים מעסקי התאגיד הרגילים
לא חל אירוע או עניין, שלא נדונו בסעיפים הקודמים לעיל, החורגים ממהלך העסקים הרגיל של החברה.

31. תחזיות אחרות והערכות לגבי עסקי התאגיד
אין לחברה תחזיות אחרות והערכות לגבי עסקי התאגיד.

32. מידע כספי לגבי מגזרים גיאוגרפיים
ראה באור 29 לדוח הכספי .

33. דיון בגורמי סיכון

1. חשיפה של מלאי החברה לסיכונים שוק

א. החברה נוהגת להחזיק רמת מלאי מספקת על מנת לעמוד בדרישות המיידיות של לקוחותיה, התחלת שיווק של מספר קווי מוצרים חדשים ופעילויות חדשות בחו"ל. אי לכך החברה רוכשת מוצרים למלאי בכמויות שלדעתה יספיקו למלא את הצרכים העתידיים של לקוחותיה, בהתבסס על אינפורמציה המגיעה מלקוחות, תנאי שוק, כמות הרכישות בעבר, ניסיון החברה ושיקולים נוספים.

ב. רמת המלאי הנ"ל תהווה מנוע לתזרים חיובי מפעילות שוטפת שיאפשר לחברה לעמוד במדיניות של הקטנת החוב הפיננסי נטו. לאור המשבר הכלכלי העולמי והתקצרות זמן האספקה מהיצרנים, משקיעה החברה מאמצים מוגברים להקטנת רמות המלאי, בין היתר באמצעות ניווד מלאי מוצריה השונים בין חברות הקבוצה והקטנת הרכש מהספקים. התקצרות זמני האספקה של היצרנים אפשרה לחברה לבצע רכש לעיתים תכופות יותר ובכמויות קטנות יותר.

ג. החברה נוקטת במדיניות של הפחתת החשיפה לשינוי בשערי המטבעות הזרים על ידי עדכון המחיר השקלי של מחירי המוצרים מהמלאי בהתאם לשינויים בשער החליפין של הדולר. מלאי החברה גבוה באופן משמעותי מהתחייבויותיה של החברה לספקים בחו"ל ולכן בעת פיחות השקל לעומת הדולר חל גידול בהתחייבויות החברה לספקים בחו"ל אך מנגד ערכו של מלאי החברה גדל, דבר הבא לידי ביטוי בגידול במכירות וברווח הגולמי בעת מימוש המלאי. לעומת זאת בעת תיסוף השקל לעומת הדולר חל קיטון בהתחייבויות החברה לספקים בחו"ל אך מנגד ערכו של מלאי החברה קטן, דבר הבא לידי ביטוי בקיטון במכירות ופגיעה ברווח הגולמי בעת מימוש המלאי. בכל התכנסויות הדירקטוריון וועדות המאזן בהן נערך דיון בנושא הדוחות הכספיים נערך דיון בנושא רמות המלאי, מדיניות הרכש ואופן ניהול רמות המלאי במוצרים השונים, רמות מחירי המוצרים בעולם ומידת החשיפה לרמות המחירים ורכש של פריטי מלאי חדשים.

למידע נוסף אודות מלאי החברה ומחירי מתכות בבורסת ה-LME ראה סעיף 2 בדוח הדירקטוריון.

2. בפעילותה העסקית חשופה החברה לתחרות חריפה מצד המתחרים. להיקף התחרות, התגברותו או היחלשותו השפעה מהותית על היקף המכירות ושיעור הרווח הגולמי.

3. נכסי החברה החשופים לסיכוני שוק מורכבים בעיקר מחובות לקוחות אשר בעיקרם אינם צמודים ואינם נושאים ריבית ואינם מבוטחים בביטוח אשראי.

4. התחייבויות החברה החשופות לסיכוני שוק מורכבות בעיקר מאשראי בנקאי שמרביתו לא צמוד הנושא ריבית המשתנה בהתאם לשינויי הריבית במשק ומאשראי ספקים במטבע חוץ הנתון לתנודות בשערי החליפין של המטבעות הזרים (בעיקר דולר ארה"ב). נכון ליום 31 בדצמבר, 2012 לחברה נכסים והתחייבות פיננסיות בסך של 6 ו-234 מיליוני ש"ח בהתאמה, הנושאים ריבית בשיעור קבוע מראש וחושפים את החברה לשינויים אפשריים בשיעורי הריבית בשוק.

5. החברה רוכשת את כל מוצריה במטבע חוץ ואינה נוקטת בפעולות חיסוי כלשהן להגנה על חובותיה לספקים בחו"ל. היקף האשראי הממוצע לספקים במטבע חוץ בשנת 2012

עמד על כ-45,498 אלפי ש"ח. מכירות החברה בישראל (בשנת 2012 כ-55% מסך המכירות במאוחד) אינן צמודות למטבע חוץ כלשהו, מכיוון שכך חשופה החברה לתנודות של מטבע חוץ.

6. לחברה יתרות נזילות גבוהות. ישנה סבירות גבוהה כי התשואות בגינן יהיו נמוכות מעלויות האשראי ועקב כך צפויה פגיעה מסוימת ברווחיות השוטפת של הקבוצה.

7. חלק ניכר ממקורות המימון של החברה הינן אשראי שקלי צמוד מדד (בעיקר אגרות חוב). לחברה חשיפה לשינויים בשיעור עליית המדד.

8. לחברה אשראי בנקאי שקלי לזמן ארוך בסכומים ניכרים, לא צמוד ובריבית משתנה (על בסיס הפריים), בריבית קבועה לא צמודה, וצמוד למדד המחירים לצרכן בתוספת ריבית קבועה. לחברה חשיפה לשינויים בשיעורי הריבית בישראל.

טיב הסיכון	גורם הסיכון	השפעת גורם הסיכון על עסקי החברה
מאקרו	מחירי המתכות בעולם	גדולה
מאקרו	רמת הפעילות הכלכלית ורמת הביקושים בישראל	גדולה
מאקרו	מצב מדיני וביטחוני	בינונית
מאקרו	שינויים בשיעורי הריבית לזמן קצר וארוך	בינונית
מאקרו	עודף התחייבויות במט"ח - שינוי בשער החליפין	בינונית
חברה	תשואות נמוכות מעלויות אשראי על יתרות נזילות	בינונית
מאקרו	התחייבויות צמודות למדד המחירים לצרכן	בינונית
מאקרו	שינויים בשערי החליפין	בינונית
מאקרו	החזקת ניירות ערך סחירים	קטנה