

HANNUN

INFORMACIÓN PRIVILEGIADA

Matadepera, 1 de marzo de 2023

HANNUN, S.A. (en adelante “HANNUN”, la “Sociedad” o el “Emisor”), en virtud de lo previsto en el artículo 17 del Reglamento (UE) nº 596/2014 sobre abuso de mercado y en el artículo 228 del texto refundido de la Ley del Mercado de Valores, aprobado por el Real Decreto Legislativo 4/2015, de 23 de octubre, y disposiciones concordantes, así como en la Circular 3/2020 del segmento BME Growth de BME MTF Equity, pone en conocimiento del mercado lo siguiente:

AVANCE DE RESULTADOS CONSOLIDADOS DE HANNUN A 31 DE DICIEMBRE DE 2022 (INFORMACIÓN NO AUDITADA)

Se refleja a continuación la previsión de cierre consolidado anual de 2022 (información no formulada ni auditada) de la Compañía, en comparación con el ejercicio cerrado previo 2021.

PyG trimestral consolidada de Hannun, S.A. (datos no auditados)

'000 Euro	Q1-21	Q2-21	Q3-21	Q4-21	FY21	Q1-22	Q2-22	Q3-22	Q4-22	FY22
Ventas netas	908	843	1 028	1 312	4 092	1 647	1 260	1 569	1 867	6 343
<i>Crecimiento (YoY)</i>					22,1%	81,5%	49,4%	52,6%	42,3%	55,0%
Margen Bruto	409	339	364	386	1 499	543	362	559	756	2 220
<i>% ventas netas</i>	45,1%	40,2%	35,4%	29,4%	36,6%	32,9%	28,8%	35,6%	40,5%	35,0%
Margen contributivo	267	168	140	57	633	121	30	156	380	687
<i>% ventas netas</i>	29,5%	19,9%	13,6%	4,4%	15,5%	7,3%	2,4%	9,9%	20,4%	10,8%
Marketing directo	(259)	(294)	(385)	(519)	(1 456)	(507)	(404)	(509)	(470)	(1 890)
<i>% ventas netas</i>	(28,5%)	(34,8%)	(37,4%)	(39,5%)	(35,6%)	(30,8%)	(32,1%)	(32,4%)	(25,2%)	(29,8%)
Margen post-marketing	9	(126)	(245)	(462)	(824)	(386)	(374)	(353)	(90)	(1 203)
<i>% ventas netas</i>	1,0%	(14,9%)	(23,8%)	(35,2%)	(20,1%)	(23,4%)	(29,7%)	(22,5%)	(4,8%)	(19,0%)
Gastos de estructura	(465)	(629)	(761)	(863)	(2 718)	(969)	(998)	(921)	(894)	(3 783)
<i>% ventas netas</i>	(51,2%)	(74,5%)	(74,0%)	(65,8%)	(66,4%)	(58,8%)	(79,3%)	(58,7%)	(47,9%)	(59,6%)
EBITDA ajustado	(456)	(754)	(1 006)	(1 325)	(3 541)	(1 355)	(1 373)	(1 275)	(983)	(4 986)
<i>% ventas netas</i>	(50,3%)	(89,5%)	(97,8%)	(100,9%)	(86,6%)	(82,3%)	(109,0%)	(81,2%)	(52,7%)	(78,6%)

La previsión de ingresos netos consolidados de HANNUN a 31 de diciembre de 2022 se eleva a €6,3m en FY22, representando un crecimiento del 55% con respecto a 2021.

La tabla presentada refleja un EBITDA ajustado por ítems considerados como no-recurrentes o no operativos por la dirección de la Sociedad.

HANNUN

Estos números incorporan la parte proporcional del ejercicio 2022 de la actividad consolidada de Artesta, S.L. y su filial Artesta Stores (UK) Ltd ("ARTESTA"), ambas adquiridas por HANNUN en el último trimestre de 2022. La contribución de la consolidación del último trimestre de ARTESTA a las cifras provisionales antedichas es de 347 mil euros en términos de cifra de ventas, y de 20 mil euros en términos de EBITDA ajustado del período.

HANNUN ha implementado la apertura de nuevos canales de venta en el segundo semestre de 2022, los cuales supusieron aproximadamente el 9% de sus ventas en el último trimestre del año.

A nivel de rentabilidad, la Sociedad informa que terminará el año 2022 con una trayectoria de mejora de su margen de contribución, subiendo del 2 % al 20% de las ventas netas entre el segundo trimestre y el cuarto trimestre de 2022, respectivamente.

Dicha mejora ha resultado de una revisión de su porfolio de productos, de la adaptación de precios, de mejoras de procesos y eficiencia logística y el incremento gradual de la utilización de su centro logístico en Europa Central.

Se han incorporado al catálogo más de 350 modelos de producto nuevos, incidiendo en categorías donde la Sociedad tenía menos presencia (Kids, Exterior, Iluminación y Deco). A este incremento hay que sumar la inclusión de más de 8.000 productos únicos del catálogo de ARTESTA.

HANNUN ha optimizado su inversión en publicidad directa mejorando los ratios de inversión sobre ventas desde el 36% en 2021 al 30 % en 2022 , descendiendo incluso hasta el 25% en el cuarto trimestre de 2022, como parte de la estrategia de potenciar su rentabilidad. En este sentido HANNUN ha seguido potenciando su fuerte presencia de marca alcanzando durante 2022 en sus redes sociales cerca de los 7,5 millones de personas mensuales, produciéndose casi el 40% de forma orgánica.

Se advierte una reducción de los gastos de estructura de la Sociedad desde el segundo trimestre de 2022, motivada sobre todo por una política de optimización de los gastos de branding y de personal. La Sociedad ha reducido su número de empleados (directamente imputados a gastos de estructura) de 71 de media en el primer semestre, a 61 empleados de media en el segundo semestre.

HANNUN

Con la aprobación en octubre de 2022, en sede de Consejo de Administración, de las líneas estratégicas para 2023-2027 de la Sociedad, el objetivo de HANNUN es seguir potenciando su crecimiento en ventas orgánicas a través de la diversificación de canales de venta (incluyendo B2B y marketplaces) y expansión internacional, continuando con la optimización de sus márgenes y estructura, consolidándose de este modo su posicionamiento en la oferta de muebles y artículos de decoración sostenible.

Cabe destacar que a finales del 2022 HANNUN renovó sus certificados PEFC y FSC validando el trabajo y los esfuerzos de la sociedad en garantizar una gestión sostenible de los bosques en la fabricación de sus muebles.

Con carácter meramente informativo, se refleja a continuación el cierre provisional consolidado no auditado de 2022 correspondiente a ARTESTA:

- Prevé cerrar el ejercicio de 2022 con una facturación de €1.1m;
- El 21% de las ventas se han producido en Reino Unido.
- El EBITDA ajustado de la compañía ha sido de €22k en 2022.

ARTESTA prevé continuar con su crecimiento orgánico con la apertura de los mercados de Francia y de Alemania.

La información comunicada ha sido elaborada bajo la exclusiva responsabilidad del emisor y sus administradores.

Quedamos a su disposición para cuantas aclaraciones consideren oportunas.

Joan Josep Álvarez Morán

CEO