

# HANNUN

## **INFORMACIÓN PRIVILEGIADA**

**Castellar del Vallès, 18 de julio de 2023**

En virtud de lo previsto en el artículo 17 del Reglamento (UE) nº 596/2014 sobre abuso de mercado y en el artículo 228 de la Ley 6/2023, de 17 de marzo, de los Mercados de Valores y de los Servicios de Inversión y disposiciones concordantes, así como en la Circular 3/2020 del segmento de negociación BME Growth de BME MTF Equity, pone en conocimiento del mercado lo siguiente:

### **AVANCE DE RESULTADOS (NO AUDITADO) A 30 DE JUNIO DE 2023**

Se refleja a continuación la previsión de cierre consolidado del primer semestre de 2023, a cuyos efectos se adjunta como anexo la correspondiente presentación.

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



HANNUN

Presentación a inversores

Avance de resultados del primer semestre de 2023

# DISCLAIMER

La Presentación, así como la información contenida en la Presentación, se presenta únicamente a efectos informativos. Estos materiales no deben ser considerados como sustitutivos del ejercicio de un juicio independiente y bajo ninguna circunstancia deberán ser considerados como una oferta de venta o como una solicitud de oferta para comprar ningún valor, ni son una recomendación para vender o comprar valores. La información contenida en la Presentación cumple con la normativa actual del segmento de negociación BME Growth de BME MTF Equity.

Cualquier decisión de inversión debe ser tomada sobre la base de una revisión independiente de la información pública disponible por parte de un potencial inversor.

La información contenida en la Presentación no es completa y debe ser examinada en conjunto con la información disponible de la Sociedad en su página web <https://www.hannun.com>, así como en la página web de BME Growth ([www.bmegrowth.es](http://www.bmegrowth.es)). La información de la Presentación y las opiniones que se realicen se han de entender realizadas en la fecha de la Presentación y están sujetas a cambios sin previo aviso.

No se pretende proporcionar, y así ha de entenderse, un análisis completo y comprensivo de la situación comercial o financiera de la Sociedad, ni de su proyección futura.

Además, la información contenida en la Presentación no ha sido verificada independientemente.

En este sentido, determinada información financiera incluida en la Presentación podría no estar auditada, revisada o verificada por un auditor externo independiente tal y como se indica a continuación, además de haber podido ser redondeada o suministrada por aproximación por lo que algunas cantidades podrían no corresponderse con el total reflejado. Ni la Sociedad ni ninguna otra persona se encuentra obligada a actualizar o mantener actualizada la información contenida en la Presentación ni a informar de cualquier cambio y cualquier opinión expresada en relación a la misma está sujeta a cambios sin notificación previa.

# PYG CONSOLIDADA Hannun – información no auditada

## PyG consolidada Hannun, S.A. – información no auditada

000 Euro	1S-22	1S-23	Var %	Q2-22	Q2-23	Var %
<b>Ventas netas</b>	<b>2 907</b>	<b>3 529</b>	<b>21,4%</b>	<b>1 260</b>	<b>1 371</b>	<b>8,8%</b>
<b>Margen bruto</b>	<b>905</b>	<b>1 484</b>	<b>64,0%</b>	<b>363</b>	<b>572</b>	<b>57,4%</b>
% ventas netas	31%	42%	10,9p.p.	29%	42%	12,9p.p.
Gastos logísticos y pasarelas de pago	(695)	(594)	(14,4%)	(302)	(220)	(27,1%)
<b>Margen contributivo</b>	<b>210</b>	<b>890</b>	<b>323,6%</b>	<b>61</b>	<b>351</b>	<b>477,2%</b>
% ventas netas	7%	25%	18,0p.p.	5%	26%	20,8p.p.
Marketing directo	(911)	(831)	(8,7%)	(404)	(288)	(28,8%)
<b>Post-marketing margin</b>	<b>(701)</b>	<b>58</b>	<b>n.a.</b>	<b>(343)</b>	<b>64</b>	<b>n.a.</b>
% ventas netas	(24%)	2%	25,8p.p.	(27%)	5%	31,9p.p.
Gastos de estructura	(1 968)	(1 715)	(12,9%)	(997)	(805)	(19,3%)
<b>EBITDA ajustado</b>	<b>(2 669)</b>	<b>(1 657)</b>	<b>(37,9%)</b>	<b>(1 340)</b>	<b>(741)</b>	<b>(44,7%)</b>

Notas:

- Por su naturaleza fija o semifija, se han reclasificado los gastos de almacén (alquiler, personal de almacén y relacionados) para el epígrafe de gastos de estructura (previamente en gastos logísticos).
- El EBITDA presentado se encuentra ajustado por gastos no-recurrentes incluyendo, sobre todo, gastos relacionados con indemnizaciones por despidos y la provisión de phantom shares de empleados (no operativa).
- La información de 2023 consolida las compañías Hannun, S.A., Artesta Store, S.L. y Artesta Stores (UK), Ltd, las dos últimas adquiridas en el Q4-22.

## DATOS PRINCIPALES

- El Grupo ha aumentado sus ventas en un 21,4% entre 1S22 y 1S23.
- Se destaca (i) el crecimiento de las ventas B2B, el cual ha aumentado 2,7x entre 1S22 y el 1S23, representando un 6% de las ventas netas de Hannun en el 1S23 (3% en 1S22); y (ii) el crecimiento de las ventas por canales de marketplaces, que han representado 10% de las ventas del 1S-23 (vs. 1% en 1S-22).
- En el 1S-23 el grupo ha puesto especial énfasis en mejorar su rentabilidad operativa, incrementando el margen contributivo (ventas menos coste de productos y gastos logísticos asociados) el cual ha pasado del 7% de ventas netas en el 1S-22 al 25% en el 1S-23.
- Se destaca que en el Q2-23 el grupo ha presentado un margen post marketing positivo, demostrando la existencia de un modelo operativo rentable.
- La dirección de Hannun considera que el grupo tiene potencial para seguir mejorando su rentabilidad operativa sin perjudicar o incluso complementando su estrategia de crecimiento, como por ejemplo la apertura de mercados cercanos a su centro logístico de Europa Central.
- El Grupo viene optimizando sus gastos de estructura, bajando los mismos en casi €200k comparando Q2-22 con Q2-23.
- La dirección de Hannun está enfocada en seguir mejorando la rentabilidad operativa y en hacer crecer el negocio de manera sostenible con el objetivo de alcanzar la rentabilidad.

# LÍNEAS ESTRATÉGICAS - RECAP

---

## Hannun sigue enfocada en implementar las líneas estratégicas definidas para el período 2023-2027, incluyendo:

- Expansión geográfica internacional con apertura de nuevos mercados, con el objetivo de incrementar ventas y obtener un mayor aprovechamiento del centro productivo de Europa Central. En Mayo-2023 se han abierto las webs de Austria, Países Bajos, Luxemburgo y Bélgica;
- Optimización de precios (tanto a nivel de venta como de compra);
- Expansión por apertura de canales (Artesta, B2B y marketplaces);
- Reducción de incidencias y/o respectivo impacto en sus márgenes;
- Optimización logística (eliminación de gastos superfluos en el envío de productos, envío de productos desmontados), sin disminuir la experiencia del cliente;
- Mejora de la introducción de nuevos productos, con volúmenes mínimos y márgenes objetivos;
- Optimización de la estructura de gastos fijos de la Compañía.

## Otras iniciativas

Hannun sigue valorando otras otras oportunidades de expansión inorgánica que le permitan ampliar su catálogo, expandirse geográficamente y crear sinergias.