

HANNUN

INFORMACIÓN PRIVILEGIADA

Castellar del Vallès, 11 de febrero de 2025

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 31 DE DICIEMBRE DE 2024

Se refleja a continuación la previsión de cierre consolidado del cuarto trimestre de 2024, junto con la información comparativa referente al ejercicio anterior. Dicha información consta en la presentación que se adjunta como anexo.

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

Avance de resultados del cuarto trimestre de 2024



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). 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.

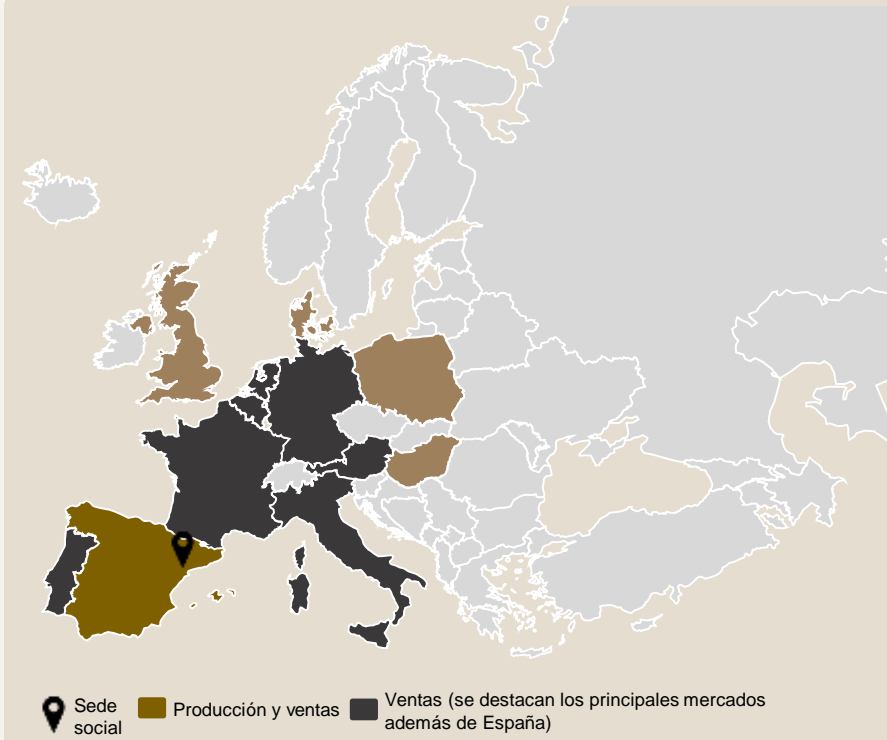
Además, la información contenida en la Presentación no ha sido verificada independientemente.

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.

CAMBIANDO EL SECTOR DEL MUEBLE EN EUROPA

Presencia geográfica actual del Grupo



VISIÓN GENERAL DEL NEGOCIO

- Hannun se dedica a la producción y venta de muebles originales con materiales sostenibles. Sus productos son elaborados artesanalmente en talleres locales ubicados en Europa.
- Entre 2019 y 2024 los ingresos netos del Grupo han crecido de 1,0 M€ a 7,3 M€ (CAGR de casi 50%).
- Sus mercados geográficos principales son España, Francia, Alemania y Reino Unido.
- El Grupo está compuesto por la sociedad dominante Hannun, S.A. y sus filiales Artesta S.L. (100%), Artesta Store Ltd. (100%) y We do Wood ApS (51%). En febrero de 2025 se ha constituido la entidad Artesta Inc. (100%) para la expansión de su actividad en EEUU.
- Los canales de venta de Hannun y Artesta son predominantemente online (B2C). We do Wood ApS vende la mayoría de sus productos a distribuidores (B2B).
- Los principales proveedores de Hannun (individual) trabajan hoy en día casi en exclusiva para la Sociedad.

Mejora en el EBITDA ajustado de 1,3M€ entre 2023 y 2024

Indicadores clave de resultados consolidados

| Miles de Euros | FY23 | FY24 | Q4-23 | Q4-24 |
|---|----------------|----------------|--------------|--------------|
| Ventas netas | 6.947 | 7.269 | 1.936 | 1.794 |
| Crecimiento YoY | 10% | 5% | 10% | (7%) |
| COGS | (4.025) | (3.996) | (1.152) | (916) |
| Margen Bruto | 2.922 | 3.273 | 783 | 878 |
| % ventas netas | 42% | 45% | 40% | 49% |
| Gastos logísticos y otros | (1.177) | (1.036) | (322) | (250) |
| Margen Contributivo | 1.745 | 2.237 | 461 | 628 |
| % ventas netas | 25% | 31% | 24% | 35% |
| Gastos marketing directo | (1.525) | (1.371) | (395) | (319) |
| % ventas netas | 22% | 19% | 20% | 18% |
| Margen Post-Marketing | 221 | 865 | 66 | 310 |
| % ventas netas | 3% | 12% | 3% | 17% |
| Gastos de estructura | (3.184) | (2.503) | (746) | (579) |
| EBITDA ajustado | (2.964) | (1.638) | (681) | (269) |
| % ventas netas | (43%) | (23%) | (35%) | (15%) |
| Ajustes por ítems no recurrentes/operativos | (316) | (333) | (106) | (20) |
| EBITDA | (3.279) | (1.971) | (786) | (289) |

Notas:

Información no auditada

De los 333m€ de ítems no recurrentes, 244m€ se refieren a gastos de reestructuración incurridos al largo del año 2024. Los demás gastos se refieren, sobretudo, a la dotación de la provisión de incentivos a empleados de la sociedad (phantom shares), gastos con operaciones corporativas (fusiones y adquisiciones) y gastos de años anteriores.

Datos principales

- El Crecimiento en ventas de 2024 (5%) se ha visto particularmente afectado por la reducción de aproximadamente del 70% del catálogo realizada a finales de 2023.
- Excluyendo las ventas de los productos descatalogados en el final de 2023, Hannun hubiera crecido un 16% entre FY23 y FY24.
- El desarrollo de producción en Centro Europa, la continua reducción de incidencias y el crecimiento de la actividad de Artesta han contribuido para que el MB% (Margen bruto) de la sociedad se haya incrementado hasta llegar a un 49% de las ventas netas en Q4-24.
- Además de la mejora en el MB%, se destaca la mayor eficiencia de los gastos de distribución y marketing.
- El Grupo ha conseguido terminar Q4-24 con un margen post marketing de 17%, una mejora significativa de su rentabilidad vs. períodos anteriores.
- La sociedad, recortó sus gastos de estructura en €680k entre 2023 y 2024.
- Todo ello ha supuesto que la Sociedad haya mejorado su EBITDA ajustado en 1,3M€ entre 2023 y 2024.

La Sociedad viene mejorando su EBITDA ajustado cada trimestre

Indicadores clave de resultados consolidados trimestrales

| Miles de Euros | Q1-23 | Q2-23 | Q3-23 | Q4-23 | FY23 | Q1-24 | Q2-24 | Q3-24 | Q4-24 | FY24 |
|------------------------------|--------------|--------------|--------------|--------------|----------------|--------------|--------------|--------------|--------------|----------------|
| Ventas netas | 2.158 | 1.371 | 1.483 | 1.936 | 6.947 | 2.054 | 1.660 | 1.762 | 1.794 | 7.269 |
| Crecimiento YoY | 31% | 9% | (6%) | 4% | 10% | (5%) | 21% | 19% | (7%) | 5% |
| COGS | (1.247) | (800) | (826) | (1.152) | (4.025) | (1.171) | (939) | (970) | (916) | (3.996) |
| Margen Bruto | 912 | 571 | 656 | 783 | 2.922 | 883 | 721 | 792 | 878 | 3.273 |
| % ventas netas | 42% | 42% | 44% | 40% | 42% | 43% | 43% | 45% | 49% | 45% |
| Gastos logísticos y otros | (374) | (221) | (260) | (322) | (1.177) | (319) | (233) | (234) | (250) | (1.036) |
| Margen Contributivo | 538 | 350 | 397 | 461 | 1.745 | 563 | 487 | 558 | 628 | 2.237 |
| % ventas netas | 25% | 26% | 27% | 24% | 25% | 27% | 29% | 32% | 35% | 31% |
| Gastos marketing directo | (543) | (288) | (298) | (395) | (1.524) | (418) | (320) | (315) | (319) | (1.371) |
| % ventas netas | (25%) | (21%) | (20%) | (20%) | (22%) | (20%) | (19%) | (18%) | (18%) | (19%) |
| Margen Post-Marketing | (5) | 62 | 99 | 66 | 221 | 145 | 167 | 243 | 310 | 865 |
| % ventas netas | (0%) | 5% | 7% | 3% | 3% | 7% | 10% | 14% | 17% | 12% |
| Gastos de estructura | (910) | (818) | (710) | (746) | (3.185) | (673) | (670) | (581) | (579) | (2.503) |
| EBITDA ajustado | (916) | (756) | (611) | (681) | (2.964) | (528) | (503) | (338) | (269) | (1.638) |
| % ventas netas | (42%) | (55%) | (41%) | (35%) | (43%) | (26%) | (30%) | (19%) | (15%) | (23%) |

Nota: Información no auditada

Datos principales

- En general, la Sociedad viene mejorando su EBITDA ajustado cada trimestre.
- Se destaca una mejora relevante de su margen post-marketing, alcanzando 17 p.p. sobre las ventas netas en el último trimestre de 2024, junto con una optimización continua de sus gastos de estructura.

HANNUN

Rediseñando la
industria del
mueble en Europa

Investors@hannun.com

