



Los planes de mejora de DIA están en marcha

Grupo DIA alcanza 124 millones de euros de Ebitda Ajustado en 2021 manteniendo niveles de 2020

/ El mantenimiento del Ebitda Ajustado, un 1,1% superior a 2020, refleja los resultados positivos de la gestión operativa en curso y del control de costes a pesar de un entorno de incremento de precios de la energía y de las materias primas

/ El aumento del precio de la electricidad supuso un sobrecoste de 40 millones de euros para el grupo, principalmente en España, lo que ha aumentado los gastos de explotación

/ 2021 ha sido un año de grandes avances para la compañía, habiendo trabajado en la implantación de los principales pilares de transformación que anunció en mayo de 2020

/ Grupo DIA quiere mostrar su más absoluto rechazo a la guerra y transmitir su consternación, solidaridad y apoyo al pueblo ucraniano

/ Grupo DIA no se ha visto afectado actualmente, en modo alguno, por la sanción impuesta al Sr. Fridman

Las Rozas de Madrid (Madrid), 1 de marzo de 2022

Grupo DIA (BME: DIA), red líder en supermercados de proximidad, ha publicado sus resultados financieros del ejercicio 2021, en un momento de gran consternación por la situación de Ucrania, conflicto por el que la compañía ha mostrado su más absoluto rechazo. *“Queremos trasladar al pueblo ucraniano un mensaje de solidaridad y apoyo por las consecuencias humanitarias desgarradoras que están afectando a millones de personas y que nos llenan de gran preocupación”*, explicó Stephan DuCharme, presidente ejecutivo de Grupo DIA, durante la presentación.

En relación con los resultados, 2021 ha sido un año de grandes avances para la compañía. Durante el pasado año, Grupo DIA ha trabajado en la implantación de los principales pilares de transformación que anunció en mayo de 2020 y ha continuado avanzando en su nuevo modelo de negocio, dando impulso a la evolución de la compañía para cumplir su propósito de estar CADA DIA MÁS CERCA

2021 ha sido un año central en la transformación de DIA con el objetivo de construir un nuevo concepto de tienda a partir de una nueva definición comercial y de propuesta de valor para sus clientes. Entre la ejecución de las prioridades destaca la redefinición de la tienda con nuevos modelos ya implantados en España, Argentina y Portugal, donde ya se han transformado más de 1.000 tiendas. Se ha desarrollado el surtido ideal a través de la renovación de la marca propia y el fresco, con el lanzamiento de aproximadamente 2.000 referencias en los dos últimos años, elevando aún más la calidad y la percepción de valor de los productos. Se ha consolidado la relación con los franquiciados, afianzando un nuevo modelo de franquicia basado en un auténtico *partnership* con los franquiciados que son un ejemplo de emprendimiento local y que se ha implantado en la práctica totalidad de la red de tiendas de España y Portugal. En definitiva, un proceso de transformación para guiar a todos los colaboradores hacia la construcción de una nueva cultura de Grupo DIA centrada en el cliente y basada en relaciones cercanas, transparentes y de confianza con todos los grupos de interés.

Como consecuencia de todo este proceso transformacional en el que está inmerso Grupo DIA, se ha alcanzado un Ebitda Ajustado en el año 2021 de 124 millones de euros, que supone un 1,1% más que el año 2020. Tal y como anticipó la compañía el pasado 20 de enero, las Ventas Netas alcanzaron 6.648 millones de euros, lo que supone un 3,4% menos que en el ejercicio 2020. Este descenso viene motivado, principalmente, por la reducción en un 3,8% del número de tiendas al final del periodo y la devaluación del real brasileño y el peso argentino. Por tanto, el Grupo ha conseguido mejorar el Ebitda Ajustado en un entorno muy exigente gracias a la gestión operativa y el control de costes, que han conseguido compensar las menores ventas netas respecto a 2020 y el aumento del precio de la luz.

Las ventas en superficie comparable (*Like-for-Like*) han experimentado un incremento del 5,0% en 2021, en relación con 2019. Por su parte, si se compara con 2020, el *Like-for-Like* cayó un -3,6%. Esto es debido a las compras de abastecimiento extraordinarias experimentadas por el Grupo en el año 2020, en todos los mercados, debido a los confinamientos causados por el inicio de la pandemia de Covid-19 en todo el mundo y que en 2021 se han normalizado.

Por su parte, el Resultado Neto atribuible, que ha sido negativo, ha mejorado un 29,3% debido a una reducción de gastos financieros del 60,2% como resultado de menores costes de financiación y una gestión activa del riesgo de tipo de cambio. El Grupo ha tenido un Resultado Neto de -257,3 millones de euros frente a los -363,8 millones de euros de 2020.

Cabe destacar también que el aumento del precio de la electricidad ha impactado con fuerza en el aumento de gastos de explotación del Grupo, al subir del 5,7% al 6,5% como porcentaje de ventas netas. El coste de la electricidad, sobre todo en España, ha supuesto un sobrecoste de 39,9 millones de euros. De igual modo, los gastos relacionados con el proceso de remodelación de tiendas han supuesto un coste adicional de 16,1 millones de euros en el conjunto del Grupo.

	2021	2020	Variac.
Crecimiento de ventas comparables Like-for-Like (%)	-3,6%	7,6%	n/a
Ventas Netas	6.647,7	6.882,4	-3,4%
Beneficio Bruto	1.488,7	1.498,5	-0,7%
Ebitda Ajustado	124,3	122,9	1,1%
Ebit	(176,0)	(182,1)	3,3 %
Resultado Neto Atribuible	(257,3)	(363,8)	29,3%
Total Deuda Financiera Neta	404,1	1.276,3	(872,2)

Stephan DuCharme, presidente ejecutivo de Grupo DIA, ha dicho: *“Hace más de dos años, Grupo DIA inició una nueva etapa marcada por una exhaustiva transformación de su estrategia, de su modelo de negocio, de sus procesos y de su oferta, pero, ante todo, de su forma de hacer y entender las relaciones como organización.*

Durante el año 2021 en Grupo DIA hemos llevado a cabo importantes avances en la implementación de nuestra hoja de ruta estratégica a través de una serie de iniciativas que abarcan desde las áreas comerciales y operacionales hasta el ámbito de la franquicia y tecnología en las cuatro zonas geográficas, y en las que estamos obteniendo resultados muy satisfactorios.

2021 ha sido un año importante porque los clientes están teniendo la oportunidad, tras mucho tiempo, de redescubrir DIA. Los incrementos de ventas que estamos viendo en nuestros nuevos conceptos de tiendas de proximidad, así como el aumento del peso en las ventas de los productos frescos y de marca propia, y la mejora en los niveles de satisfacción de nuestros clientes y franquiciados, avalan nuestros avances.

En 2021 hemos progresado significativamente en nuestra hoja de ruta, y aunque nos queda camino por recorrer, avanzamos de modo firme y tenemos la confianza de llegar a nuestro propósito estratégico, hacer de Grupo DIA la experiencia preferida de compra de proximidad y un operador líder en la distribución de alimentación en las geografías en las que operamos junto con los emprendedores locales que son nuestros franquiciados. Para ello, ponemos al cliente en el centro de todo lo que hacemos y trabajamos para recuperar su confianza y la de todos los grupos de interés que nos siguen apoyando cada día.”

Sobre el conflicto de Ucrania

Grupo DIA es una compañía española, fundada en Madrid y presente a día de hoy en cuatro países, España, Brasil, Argentina y Portugal, donde 36 mil personas trabajan cada día en crear relaciones cercanas con las comunidades donde opera. El Consejo de Administración actual está formado por miembros españoles, brasileños y portugueses, que intentan reflejar de forma plural intereses de diferentes mercados internacionales.

Durante sus más de 40 años de historia, el accionariado de Grupo DIA ha estado compuesto por inversores de diversas nacionalidades y orígenes. Actualmente, su accionista mayoritario, LetterOne, es una compañía internacional anglo-luxemburguesa.

Con relación a la sanción impuesta al Sr. Fridman, *“queremos trasladar un mensaje de estabilidad y transmitir que Grupo DIA no se ha visto afectado actualmente, en modo alguno”*, señala Stephan DuCharme. Ningún accionista de LetterOne, incluido el Sr. Fridman, ostenta, ni individualmente ni mediante acuerdo con otros accionistas, el control de LetterOne. Por lo tanto, ni LetterOne, ni en consecuencia DIA, están sujetos a sanción alguna.

“Desde el Grupo DIA, estamos trabajando intensamente y con agilidad en diferentes vías de contribución de valor al pueblo ucraniano de las que os informaremos próximamente”, añadió. *“Igualmente, queremos trasladar un mensaje de esperanza a la recuperación del diálogo y entendimiento apelando a la paz y solidaridad de todos con los afectados con los que también queremos estar cerca.”*

Cada DIA más cerca

Distribuidora Internacional de Alimentación es una red líder en supermercados de proximidad, con cerca de 6.000 tiendas propias y franquicias en España, Portugal, Brasil y Argentina. Con el compromiso de sus más de 38.000 empleados en todo el mundo y de sus proveedores, principalmente locales, DIA ofrece la mejor oferta y el mejor servicio a sus más de 20 millones de clientes.

Contacto de prensa - Atrevia

Patricia Cobo – 659 736 124 – pcobo@atrevia.com

Mario Moratalla – 646 764 751 – m.moratalla@atrevia.com