

OTRA INFORMACIÓN RELEVANTE

A LA COMISIÓN NACIONAL DEL MERCADO DE VALORES

Distribuidora Internacional de Alimentación, S.A. (“**DIA**” o la “**Sociedad**”), de conformidad con lo dispuesto en el artículo 227 del Texto Refundido de la Ley del Mercado de Valores y normativa de desarrollo, comunica y hace público un Avance de las Ventas obtenidas durante el cuarto trimestre y para el periodo de doce meses del año 2022.

El Avance de las Ventas incluye información relevante del grupo y de los países que lo componen (Ventas brutas, Ventas Netas y Ventas Comparables), así como ciertos datos adicionales en relación con los factores que las determinan.

Las Rozas de Madrid (Madrid), a 26 de enero de 2023.

Distribuidora Internacional de Alimentación, S.A.

Jesús Soto Cantero

Director Financiero

Dia Avance de Ventas 4T 2022 y acumulado 12 meses 2022

Grupo Dia cierra 2022 con ventas netas de 7.286 millones de euros, un 9,6% más que en 2021, con un impulso del 7,3% en las ventas Like-for-Like del cuarto trimestre

En España, las ventas brutas bajo enseña avanzan un 6,3%, hasta los 5.317 millones y las ventas comparables se elevan un 11,6% en el cuarto trimestre, ganando cuota de mercado

- En el cuarto trimestre de 2022 las ventas netas del Grupo ascendieron a 1.779 millones de euros con un incremento *Like for Like* del 7,3%. Con este resultado, la compañía enlaza tres trimestres consecutivos de incremento en ventas comparables y positivo en el acumulado de los últimos 9 meses en todos los mercados en los que opera.
- Los datos a cierre de año muestran un crecimiento consistente de nuestros negocios apoyado en una propuesta de valor diferencial para los clientes. Este nuevo Dia se sustenta en un nuevo modelo de tienda de proximidad, en un surtido renovado, el impulso del canal online y en la apuesta por la calidad de la marca Dia y por los productos frescos.
- En el último trimestre del año, el número de tickets ha aumentado un 6,9%, subrayando la tendencia positiva registrada en los trimestres anteriores. En el año, el número de tickets ha avanzado un 6,7%, con una reducción de un 0,9% en el importe de la cesta media, dato que refrenda la buena acogida y bondad del modelo de proximidad por el que apuesta Dia.
- Este nuevo Dia está plenamente implantado en España y Argentina, donde se han transformado 809 y 255 tiendas, respectivamente, en el último año. Además, en España se han abierto 23 nuevas tiendas y 101 en Argentina. De este modo, en estos dos mercados ya operan 2.211 tiendas del nuevo modelo, el 77% de su red de proximidad. La mejora del negocio en estos dos países hace que tengan un comportamiento por encima de la media del mercado, habiendo ganado cuota en el último semestre del año.
- Adicionalmente, en el último año se han anunciado dos operaciones estratégicas que profundizan en el foco del Grupo: la venta en España de un grupo de tiendas de gran formato a Alcampo y la venta de Clarel, confirmando nuestra elección por la proximidad alimentaria. Ambas operaciones están pendientes de que se cumplan distintas condiciones y se espera dar cierre a ambos procesos durante 2023.
- Las ventas netas de las tiendas afectadas por la venta a Alcampo y de Clarel sumaron un total de 761 millones de euros en 2022. Excluyendo de su perímetro las tiendas afectadas por las dos operaciones anunciadas, España logra un crecimiento de ventas comparables del 8,3% en el año y del 12,5% en el cuarto trimestre de 2022.
- Argentina ha registrado un excelente comportamiento de ventas netas en el año 2022 alcanzando los 1.364 millones de euros con un crecimiento del 30,8% (efecto inflación del 32,9% en moneda local). Esta cifra se ha alcanzado pese al freno en el consumo que se ha

registrado en el cuarto trimestre en el país, lo que ha causado una pérdida de volumen del 1,2%, pero incrementando su cuota de mercado.

- En Portugal y Brasil, las ventas comparables del año han sido del 3,7% y 7,4%, respectivamente. Las ventas netas de Portugal crecen un 0,5% con una reducción de su red de 7%, y Brasil alcanza unas ventas netas de 890 millones de euros, con un crecimiento del 10,9% aun considerando la reducción de un 18% en la red de tiendas que se realizó, fundamentalmente, al inicio del año 2022.

Avance de ventas del 4T y acumulado 12 meses de 2022

€mn	Ventas Brutas ¹			Ventas Netas ²			Ventas Like-for-Like ³	
	12M22	12M21	Var (%)	12M22	12M21	Var (%)	4T22 vs 4T21 (%)	12M22 vs 12M21 (%)
España	5.316,8	5.002,8	6,3%	4.436,2	4.209,8	5,4%	11,6%	7,3%
Ex. Venta Tiendas ⁵	4.761,9	4.455,3	6,9%	3.936,3	3.720,0	5,8%	12,1%	8,0%
Ex. Venta Clarel	4.986,0	4.688,7	6,3%	4.174,6	3.952,0	5,6%	11,9%	7,5%
Ex. venta Tiendas ⁵ y Clarel	4.431,1	4.141,1	7,0%	3.674,7	3.462,2	6,1%	12,5%	8,3%
Portugal	818,5	806,1	1,5%	596,0	592,9	0,5%	8,2%	3,7%
Brasil	995,3	886,7	12,3%	889,5	802,1	10,9%	8,3%	7,4%
Argentina	1.769,7	2.071,7	-14,6%	1.364,1	1.042,9	30,8%	-1,2%	2,0%
Total Grupo	8.900,4	8.767,3	1,5%	7.285,8	6.647,7	9,6%	7,3%	5,7%
Total Grupo Ex. Venta Tiendas ⁵ y Clarel	8.014,7	7.905,5	1,4%	6.524,3	5.900,1	10,6%	7,3%	6,1%
Total Número Tiendas ⁴	5.699	5.937	-4,0%					
Ex. Venta Tiendas ⁵	5.473	5.702	-4,0%					
Ex. Venta Tiendas ⁵ y Clarel	4.459	4.651	-4,1%					

Grupo Dia ha cerrado un año clave en el despliegue de su estrategia de proximidad. Con el 60% de su red de tiendas de proximidad a nivel global operando con su nueva propuesta de valor, el avance logrado tanto en las ventas netas como en el número de tickets refrendan que los clientes valoran y confían en este nuevo Dia: una tienda de barrio en la que hacer una compra completa, de forma fácil y rápida, y con productos de gran calidad al alcance de todos.

“Hemos cerrado un año desafiante y de gran relevancia para Dia en el que hemos cumplido los objetivos marcados en nuestra hoja de ruta. El impulso en las ventas constata que la profunda redirección del negocio iniciada en 2019 ha servido para consolidar un modelo y una propuesta de valor ganadores que nos acerca al final del proceso de *turnaround* de la compañía. Desde aquí, agradezco el enorme esfuerzo de nuestros equipos y nuestros franquiciados en este tiempo porque este nuevo Dia se ha logrado gracias a su compromiso y a una guía estratégica clara”, afirma el **CEO Global de Grupo Dia, Martín Tolcachir**.

La apuesta por la distribución alimentaria de proximidad, el *core* del negocio de Dia, ha permitido a la compañía volver a ganar cuota de mercado en España y seguir creciendo en

Argentina. “El rumbo que marcan España y Argentina muestran el éxito de una transformación que, poniendo siempre la satisfacción de nuestros clientes en el centro, nos reporta crecimientos superiores al mercado en ambos países. En Brasil y Portugal, en tanto, seguimos trabajando para mejorar nuestra propuesta de valor y acelerar su crecimiento”, agrega Tolcachir.

Red de tiendas y remodelaciones

De las 5.699 tiendas del Grupo Dia al cierre de 2022, la compañía cuenta con 2.323 tiendas operando bajo el nuevo modelo y que representan el 60% de nuestra red de proximidad⁽⁶⁾ a nivel Grupo. España cuenta con 1.660 tiendas operando bajo el nuevo modelo, el 88% de su red de proximidad⁽⁶⁾. En Argentina hay 551 tiendas de este nuevo modelo y 112 en Portugal que con su positivo desempeño muestran el éxito de la apuesta de Dia por la tienda de barrio.

El número de tickets mantiene la tendencia de crecimiento observada en los trimestres precedentes, con un avance de 6,7% en el año a nivel Grupo, frente a la reducción de un 0,9% en el importe de la cesta media en el año. Además, en el cuarto trimestre del año se mantiene esta tendencia con un aumento del 6,9% en el número de tickets. Estos datos de incremento en la frecuencia de compra confirman la bondad del modelo de proximidad que es el foco estratégico de Dia.

Por otro lado, el peso de la marca Dia en la cesta de los clientes ha aumentado casi 4 puntos porcentuales en España durante 2022, hasta representar el 52,6%, dato que avala la buena aceptación de la Nueva Calidad Dia y la percepción de la marca Dia como moderna, de calidad y a precios asequibles. En 2022, se han lanzado 690 nuevos productos de marca Dia, elevando la cifra total de nuevas referencias a 1.810 renovadas desde 2020.

Apuesta por la distribución alimentaria de proximidad

Durante 2022 se anunciaron dos operaciones clave para el Grupo que afectan al mercado español: la venta de un grupo de tiendas de gran formato a Alcampo y la venta de Clarel, la unidad de negocio dedicada al cuidado personal y del hogar. Ambas operaciones están pendientes de cierre cuando se cumplan distintas condiciones y se espera concluir estos procesos durante 2023.

“Estas dos decisiones están alineadas con nuestra estrategia de proximidad y permiten a Dia centrarse en el core de su negocio, la distribución alimentaria, y mantener su foco en lo que

hace bien: ser la tienda de barrio en la que el cliente puede hacer una compra completa, fácil y rápida, con productos frescos y una marca Dia de gran calidad a precios asequibles”, apunta el CEO Global de Grupo Dia.

- FIN-

Notas:

1. Ventas Brutas Bajo Enseña tal y como se definen en el Informe de Gestión Consolidado del primer semestre de 2022. Valor total de la facturación obtenida en las tiendas a tipo de cambio corriente, incluidos todos los impuestos indirectos (valor de ticket de caja) y en todas las tiendas de la Sociedad, tanto propias como franquiciadas. En el caso de Argentina, las Ventas Brutas Bajo Enseña se ajustan usando la inflación de precios interna aislando así el efecto hiperinflacionario aunque sí refleja el efecto devaluatorio.
2. Ventas Netas expresadas a tipo de cambio corriente y aplicando la NIC 29 “Información Financiera en economías hiperinflacionarias” en Argentina.
3. Representa la tasa de crecimiento de las Ventas Brutas Bajo Enseña a tipo de cambio constante de aquellas tiendas que hayan operado por un período superior a doce meses y un día en condiciones de negocio similares. Las cifras correspondientes a las ventas *Like-for-Like* en Argentina han sido ajustadas usando la inflación interna para reflejar la variación en volumen (unidades), evitando cálculos erróneos por el efecto de la hiperinflación.
4. Al final del periodo.
5. Excluyendo la venta de las 226 tiendas del acuerdo de venta de activos alcanzado con Alcampo anunciado por la compañía el pasado día 2 de agosto de 2022.
6. Excluyendo tiendas Maxi (España y Portugal), La Plaza y Clarel.

RELACIÓN CON INVERSORES

investor.relations@diagroup.com

MEDIOS DE COMUNICACIÓN

ainhoa.murga@diagroup.com