

RESULTADOS 2T 2015

(Revisados)

SUMARIO

- / **Las ventas brutas bajo enseña del 1S 2015 crecieron un 15,3%**
Las ventas brutas bajo enseña crecieron un 15,3% en el 1S 2015 hasta EUR5.114m. El crecimiento orgánico (excluyendo la adquisición de El Árbol y de tiendas Eroski) fue de 5,7%. En el 2T 2015 las ventas brutas bajo enseña crecieron un 13,8% hasta 2.616m.
- / **El EBITDA ajustado creció un 8,4% en la primera mitad de 2015**
El EBITDA Ajustado en el 1S 2015 fue de EUR266,2m, con un 8,4% de crecimiento, con una reducción de 35 pb en el margen hasta el 6,1%. En el 2T 2015 el EBITDA ajustado creció un 8,5% hasta EUR147,8m.
- / **El beneficio ajustado por acción aumentó un 1,1%**
En el 1S 2015 el BPA ajustado (en divisa constante) aumentó un 1,1% hasta EURO,16.
- / **809 nuevas tiendas netas añadidas en los doce últimos meses**
A finales de junio de 2015 DIA operaba 7.407 tiendas, 809 tiendas más en los doce últimos meses, de las cuales 312 corresponden a aperturas netas y 497 a adquisiciones.
- / **502 tiendas franquiciadas más que hace un año**
DIA operaba 3.388 tiendas franquiciadas a finales de junio de 2015. En el formato DIA el 58,2% de las tiendas son franquiciadas, 4,9 puntos porcentuales más que en el mismo periodo del año pasado.
- / **EUR290m de inversión realizada en el 1S 2015, en línea con la guía**
En el 1S 2015 DIA invirtió EUR290,4m, de los que EUR106,1m corresponden a la adquisición de tiendas a Eroski y EUR15m a la integración de El Árbol y tiendas Eroski. Ajustados por ambos conceptos, el capex aumentó en EUR22.9m, un 15,6% más.
- / **Reducción de la deuda neta hasta EUR912m**
La deuda neta fue EUR912m a final de junio 2015, EUR21m menos que en el mismo periodo del pasado año y con un apalancamiento financiero de 1,5x sobre EBITDA ajustado en los últimos doce meses.
- / **Programa de recompra de acciones por EUR200m en progreso**
A 30 de junio, 14,3m de acciones habían sido adquiridas bajo el programa de recompra de acciones, con una inversión acumulada de EUR103.6m.
- / **EUR112,6m de dividendo distribuido entre los accionistas**
El pasado 16 de julio DIA distribuyó EURO,18 por acción entre sus accionistas (43,9% payout).

RESUMEN FINANCIERO

(EURm)	2T 2014 ⁽¹⁾	2T 2015	INC	INC a divisa constante
Ventas brutas bajo enseña	2.299,3	2.616,3	13,8%	13,1%
Ventas netas	1.961,0	2.215,1	13,0%	12,5%
EBITDA ajustado ⁽²⁾	136,2	147,8	8,5%	8,6%
Margen EBITDA ajustado	6,95%	6,67%	-27 pb	
EBIT ajustado ⁽²⁾	91,7	96,5	5,3%	5,4%
Margen EBIT ajustado	4,67%	4,36%	-32 pb	
Resultado neto atribuido	200,9	36,2	-82,0%	-81,5%
Resultado neto ajustado	62,4	62,4	-0,1%	1,0%
Deuda neta	932,9	912,0	-2,2%	
Deuda neta / EBITDA ajustado 12M	1,6x	1,5x		

(1) Valores con actividades de Francia interrumpidas

(2) Ajustado por elementos no recurrentes

/ COMENTARIO DEL CEO, RICARDO CURRAS

“La primera mitad de 2015 ha sido una vez más muy exitosa para DIA, con unas ventas y un EBITDA ajustado creciendo por encima del 15% y del 8% respectivamente. En este periodo, el EBITDA ajustado creció un 28,8% en los mercados emergentes mientras que en Iberia mejoró un 5,5% a pesar del proceso de integración de las tiendas El Árbol y de Eroski en España. Estos sólidos resultados son más que una evidencia de la flexible estructura de costes de DIA. Nuestro negocio de franquicias es más fuerte que nunca, se han añadido a la red de tiendas en los últimos doce meses, 502 nuevos establecimientos de emprendedores locales. Esto, junto con nuestro esfuerzo continuado por reducir costes, nos ha permitido que las ganancias continúen creciendo.

Continuamos viendo un buen progreso en la integración de El Árbol logrando sinergias sostenibles por encima de lo planeado, y estamos empezando a ver mejoras significativas en la tendencia del negocio. Desde abril, empezamos a tener tiendas Eroski transformadas a los formatos de DIA y La Plaza de DIA. A finales de junio, tenemos ya 66 establecimientos abiertos en tiempo récord y están generando ventas claramente por encima de nuestras expectativas iniciales. En nuestras tiendas DIA, también hemos estado trabajando duro para mejorar la propuesta comercial a nuestros clientes con unos buenos progresos en todos los formatos. Me gustaría dar la enhorabuena a todos los equipos involucrados en estas tareas porque están haciendo un trabajo excelente.

En los mercados emergentes, el crecimiento en ventas ha sido más débil en el segundo trimestre debido a una menor inflación en Argentina y a unas condiciones económicas más duras. Nuestra posición competitiva es fuerte en Argentina y en Brasil, y continuaremos acelerando el número de aperturas tal y como estaba planeado.

Si miramos hacia adelante, tenemos buenas razones para confiar más en nuestro potencial de crecimiento para el resto del año: en Iberia hemos dejado atrás la deflación en la alimentación, el posicionamiento en precios es bueno, hay una renovada base de tiendas DIA y los nuevos formatos han sido recibidos positivamente con un resultado alentador.

Por lo tanto, confiamos en que vamos a lograr nuestros objetivos para el año y gracias a nuestro probado modelo multiformato, ahora nos vemos en una mejor posición para generar un crecimiento rentable en el futuro. “

Contenido

- [1/ Resultados 2T 2015](#)
- [2/ Resultados 1S 2015](#)
- [3/ Capital circulante y deuda neta](#)
- [4/ Inversión y número de tiendas](#)
- [5/ Evolución del negocio por área geográfica](#)
- [6/ Perspectivas](#)
- [7/ Calendario corporativo](#)
- [8/ Hechos posteriores al cierre del trimestre](#)
- [9/ Anexos](#)

1 / RESULTADOS 2T 2015

En el 2T 2015, las ventas brutas bajo enseña crecieron un 13,8% hasta EUR2,616m (13,1% en moneda local). El crecimiento orgánico en el 2T 2015 fue del 4,6% mientras el efecto calendario fue negativo en Iberia y ligeramente positivo en Emergentes. Este crecimiento está parcialmente explicado por la integración de El Árbol y tiendas Eroski que contribuyeron con unas ventas brutas bajo enseña EUR194,3m en el trimestre. La evolución de las divisas reflejó un impacto positivo del 0,7% en el crecimiento de las ventas brutas gracias principalmente a la apreciación del 11,6% del Peso Argentino respecto al Euro.

El EBITDA ajustado en el 2T 2015 creció un 8,5% hasta EUR147,8m (8,6% a divisa constante), lo que implica una reducción de 27 pb del margen hasta el 6,7%. El EBIT ajustado fue de EUR96,5m en el segundo trimestre, un incremento del 5,3% (5,4% a divisa constante).

En el 2T 2015 el resultado neto ajustado se deslizó un 0,1% a la baja hasta EUR62,4m (+1,0% a divisa constante), debido a los mayores gastos financieros relacionados con el mayor volumen de inversión (especialmente en Argentina y Brasil donde continúan elevándose los tipos de interés), las operaciones corporativas realizadas y la adquisición de acciones derivada del programa de recompra en funcionamiento.

RESUMEN RESULTADOS 2T 2015

(EURm)	2T 2014 ⁽¹⁾	%	2T 2015	%	INC	INC a divisa constante
Ventas brutas bajo enseña	2.299,3		2.616,3		13,8%	13,1%
Ventas netas	1.961,0	100,0	2.215,1	100,0	13,0%	12,5%
EBITDA ajustado ⁽²⁾	136,2	6,9%	147,8	6,7%	8,5%	8,6%
Amortización	(44,5)	-2,3%	(51,3)	-2,3%	15,1%	15,1%
EBIT ajustado ⁽²⁾	91,7	4,7%	96,5	4,4%	5,3%	5,4%
Elementos no recurrentes	(12,3)	-0,6%	(33,6)	-1,5%	173,2%	170,5%
EBIT	79,4	4,0%	62,9	2,8%	-20,7%	-20,2%
Resultado neto atribuido	200,9	10,2%	36,2	1,6%	-82,0%	-81,5%
Resultado neto ajustado	62,4	3,2%	62,4	2,8%	-0,1%	1,0%

(1) Valores con actividades de Francia interrumpidas

(2) Ajustado por elementos no recurrentes

En el 2T 2015, los elementos no recurrentes alcanzaron los EUR33,6m, frente a los EUR12,3m del mismo periodo del año pasado. Los gastos por reestructuración por la integración de El Árbol y tiendas Eroski junto con los diferentes planes de remodelación y mejora de tiendas que se están realizando explican este incremento.

ELEMENTOS NO RECURRENTES 2T 2015

(EURm)	2T 2014 ⁽¹⁾	%	2T 2015	%	INC
Ingresos y gastos no recurrentes	(10,3)	-0,5%	(28,5)	-1,3%	176,9%
Deterioro y reestimación de vida útil	(0,0)	-0,0%	(2,6)	-0,1%	-
Resultados procedentes del inmovilizado	(2,0)	-0,1%	(2,6)	-0,1%	27,3%
Total elementos no recurrentes	(12,3)	-0,6%	(33,6)	-1,5%	173,2%

(1) Con actividades de Francia re-expresadas como interrumpidas

2 / RESULTADOS 1S 2015

En el 1S 2015 las ventas brutas bajo enseña crecieron un 15,3% hasta alcanzar EUR5.114m (+14,0% en moneda local). Este crecimiento estuvo parcialmente explicado por la integración de El Arbol y la incorporación de las primeras tiendas adquiridas a Eroski, que contribuyeron con unas ventas brutas bajo enseña de EUR368.1m en el primer semestre. La evolución de las divisas reflejó un impacto positivo del 1,3% en el crecimiento de las ventas brutas gracias principalmente a la apreciación del Peso Argentino y del Yuan Chino, que más que compensaron la depreciación registrada en el Real Brasileño respecto al Euro.

El crecimiento orgánico de ventas en 1S 2015 fue del 5,7%, del cual 0,5% correspondió a ventas comparables mientras que el efecto calendario registrado en el periodo fue ligeramente negativo.

El EBITDA ajustado en 1S 2015 creció un 8,4% hasta EUR226,2m (8,3% a divisa constante), lo que implicó una caída de 35 pb en el margen hasta el 6,1%. El crecimiento de la amortización estuvo en línea con el crecimiento de las ventas netas en el periodo (14,4% frente 14,6%). De este modo el EBIT ajustado mejoró un 5,0% hasta EUR164,1m en el semestre, lo que representó un margen del 3,8%.

El resultado financiero neto ascendió a EUR26.4m en 1S 2015, un 41,6% más que en el mismo periodo del pasado año (+35,7% en moneda local). Este crecimiento se explica tanto por el mayor volumen de deuda neta registrada en el periodo, como por el significativo incremento de los tipos de interés en Emergentes.

En 1S 2015 los costes impositivos bajaron un 18,1% hasta EUR25.0, con una tasa fiscal efectiva del 28,3%, en línea con la nueva tasa fiscal normativa en España (rebajada recientemente del 30% al 28% en 2015 y al 25% en 2016). Esta nueva tasa fiscal efectiva aún no refleja ninguna de las potenciales mejoras derivadas de las bases imponibles negativas de EUR458.6m procedentes de grupo El Arbol.

El resultado neto ajustado descendió un 70% hasta EUR63,4m debido a la contribución de las actividades interrumpidas en el mismo periodo del pasado año (EUR123,2m provenientes de la venta de DIA Francia).

RESULTADOS 1S 2015

(EURm)	1S 2014 ⁽¹⁾	%	1S 2015	%	INC	INC a divisa constante
Ventas brutas bajo enseña	4.434,8		5.113,8		15,3%	14,0%
Ventas netas	3.788,9	100,0%	4.342,0	100,0%	14,6%	13,4%
Coste de ventas y otros ingresos	(2.975,4)	-78,5%	(3.383,8)	-77,9%	13,7%	12,5%
Margen bruto	813,5	21,5%	958,2	22,1%	17,8%	16,8%
Coste de personal	(312,0)	-8,2%	(378,6)	-8,7%	21,3%	20,1%
Otros costes de explotación	(139,8)	-3,7%	(173,5)	-4,0%	24,1%	22,3%
Alquileres inmobiliarios	(116,2)	-3,1%	(139,9)	-3,2%	20,5%	19,5%
OPEX	(568,0)	-15,0%	(692,0)	-15,9%	21,8%	20,5%
EBITDA ajustado	245,5	6,5%	266,2	6,1%	8,4%	8,3%
Amortización (1)	(89,2)	-2,4%	(102,1)	-2,4%	14,4%	13,8%
EBIT ajustado	156,2	4,1%	164,1	3,8%	5,0%	5,1%
Elementos no recurrentes	(19,0)	-0,5%	(49,4)	-1,1%	160,2%	158,2%
EBIT	137,3	3,6%	114,7	2,6%	-16,4%	-16,0%
Resultado financiero	(18,7)	-0,5%	(26,4)	-0,6%	41,4%	35,7%
BAI	118,6	3,1%	88,4	2,0%	-25,5%	-24,2%
Impuestos	(30,5)	-0,8%	(25,0)	-0,6%	-18,1%	-17,8%
Resultado consolidado	88,1	2,3%	63,4	1,5%	-28,1%	-26,4%
Actividades interrumpidas	123,2	3,3%	-	-	-	-
Resultado neto atribuido	211,3	5,6%	63,4	1,5%	-70,0%	-69,3%
Resultado neto ajustado	102,5	2,7%	101,3	2,3%	-1,2%	-0,1%

(1) Valores con actividades de Francia interrumpidas

(2) Ajustado por elementos no recurrentes

El valor de elementos no recurrentes en 1S 2015 alcanzó los EUR49.4m. Los costes de reestructuración derivados de la integración de las tiendas El Arbol y Eroski explican la mayor parte del incremento registrado ya que durante el semestre se contabilizaron un amplio conjunto de gastos no recurrentes necesarios para capturar las sinergias esperadas en el proceso de integración. En la primera mitad de 2015 los costes devengados relativos al Plan de Incentivos a Largo Plazo recogidos en este epígrafe fueron de EUR4.1m frente a los EUR6,3m del mismo periodo del pasado año. Este concepto de coste está considerado como no recurrente al tratarse de una salida de caja (el potencial desembolso está cubierto con acciones de autocartera) de carácter incierto, ya que depende de la exitosa ejecución de los distintos parámetros recogidos en el plan de incentivos.

ELEMENTOS NO RECURRENTE 1S 2015

(EURm)	H1 2014 ⁽¹⁾	%	H1 2015	%	INC
Ingresos y gastos no recurrentes	(15,8)	-0,4%	(43,2)	-1,0%	174,2%
Deterioro y reestimación de vida útil	0,1	0,0%	(2,6)	-0,1%	--
Resultados procedentes del inmovilizado	(3,3)	-0,1%	(3,6)	-0,1%	9,2%
Total elementos no recurrentes	(19,0)	-0,5%	(49,4)	-1,1%	160,2%

(1) Figures with France re-expressed as discontinued

El resultado neto ajustado bajó un 1,2% en 1S 2015 hasta los EUR101.3m (-0,1% a divisa constante). Esta evolución está explicada por mayores volúmenes de costes financieros netos e impuestos en la primera parte de 2015 respecto al mismo periodo del pasado año.

RESULTADO NETO AJUSTADO 1S 2015

(EURm)	1S 2014	1S 2015	INC
Resultado neto atribuido	211,3	63,4	-70,0%
Elementos no recurrentes	19,0	49,4	160,2%
Otros financieros	1,4	1,4	-4,2%
Actividades interrumpidas	(123,2)	-	
Impuestos	(6,0)	(12,9)	114,7%
RESULTADO NETO AJUSTADO	102,5	101,3	-1,2%

A 30 de junio de 2015, DIA mantenía 22,7 millones de acciones en autocartera (3,5% del capital) de las que 8,4 millones (1,3% del capital) está destinada a cubrir los distintos conceptos de remuneración en acciones y 14,3 millones de acciones están asociadas a las adquisiciones realizadas en el programa de recompra de EUR200m puesto en marcha por la compañía. A final de junio, la inversión total en dicho programa efectivamente realizada ascendió a EUR103,6m

AUTOCARTERA & BENEFICIO POR ACCION

(EURm)	1S 2014	1S 2015	INC
Número de acciones emitidas	651.070.558	651.070.558	0,0%
Número de acciones propias medias	5.590.276	12.975.706	132,1%
Número de acciones propias a final de periodo	5.566.698	22.737.743	308,5%
NUMERO ACCIONES MEDIAS PONDERADAS	645.480.282	638.094.852	-1,1%
BPA reportado	€0,327	€0,099	-69,7%
BPA ajustado	€0,159	€0,159	-0,1%

El beneficio por acción ajustado fue prácticamente estable con una ligera caída del 0,1% en 1S 2015 hasta EURO,159, mientras que a divisa constante en incremento del beneficio por acción ajustado creció un 1,1% hasta EURO,160.

3 / CAPITAL CIRCULANTE Y DEUDA NETA

El capital circulante operativo negativo de DIA al final de junio 2015 se incrementó en de EUR722m hasta EUR803m, una mejora del 11,2% en línea con el crecimiento de ventas registrado en el periodo. La fuerte generación de flujos de caja (EUR80,6m) registrada en el periodo fue principalmente explicada por la integración de Eroski y El Arbol

CAPITAL CIRCULANTE

(EURm)	30 JUNIO 2014 ⁽¹⁾	30 JUNIO 2015	INC
Existencias	471,3	601,0	27,5%
Clientes y otros deudores	232,8	365,1	56,9%
Acreedores comerciales y otros	(1.426,1)	(1.768,8)	24,0%
Capital circulante operativo	(722,0)	(802,6)	11,2%

(1) Con activos y pasivos de Francia re-expresadas como mantenidos para la venta

A finales del 1S 2015 la deuda neta de DIA fue de EUR912m, EUR21m menos que en el mismo periodo del año anterior. La reducción de la deuda neta se debe principalmente a los EUR606m de EBITDA ajustado generado en los 12 últimos meses y los fondos recibidos por la venta de DIA Francia. Ambas entradas de efectivo fueron suficientes para compensar la mayor inversión, el creciente pago de dividendos, la adquisición de El Árbol, la ejecución parcial del plan de recompra de acciones acumulada hasta el 30 de junio (EUR103,6m) y la adquisición de las tiendas de Eroski (EUR106,1m). El ratio deuda neta sobre EBITDA ajustado de los últimos 12 meses se redujo de 1,6x a 1,5x.

DEUDA NETA

(EURm)	30 JUNIO 2014 ⁽¹⁾	30 JUNIO 2015	INC
<i>Deuda a largo plazo</i>	652,8	533,9	-18,2%
<i>Deuda a corto plazo</i>	410,7	559,5	36,2%
Deuda total	1.063,5	1.093,5	2,8%
Caja, tesorería y otros	(130,6)	(181,5)	39,0%
Deuda neta	932,9	912,0	-2,2%
Deuda neta / EBITDA ajustado 12M	1,6x	1,5x	-5,9%

(1) Con activos y pasivos de Francia re-expresadas como mantenidos para la venta

El pasado día 16 de junio, la agencia de calificación crediticia Moody's cambió de estable a positiva la perspectiva respecto al rating de DIA como emisor (Baa3) y en las emisiones no garantizadas (Baa3). Según Moody's "la decisión de cambiar la perspectiva a positiva se basa en la reducción de la deuda bruta ajustada de la compañía derivada de los cambios implementados en la capitalización de los arrendamientos operativos". Adicionalmente la agencia de crédito subrayó que mientras en 2015 los ratios operativos de la compañía podrían verse debilitados, pero en ausencia de alguna adquisición relevante, esperan que para el año 2016 los ratios financieros de DIA mejoren hasta un punto compatible para otorgar un rating Baa2.

4 / INVERSION Y NÚMERO DE TIENDAS

A finales de junio de 2015, DIA operaba 7.407 tiendas, acumulando 809 adiciones netas respecto al mismo periodo del año pasado, de las cuales 312 son aperturas netas y 497 tiendas a raíz de la integración de El Árbol (431) y Eroski (66). En el 2T 2015, el número total de tiendas que operaban bajo la enseña DIA aumentó en 136 (de las cuales 42 proceden de la adquisición de Eroski), mientras que para Schlecker/Clarel, el número disminuyó en 20, por decisión de la compañía de continuar cerrando algunas tiendas antiguas de Schlecker no rentables. A finales de junio de 2015, un total de 1.083 tiendas operaban bajo el formato Clarel y únicamente 89 tiendas Schlecker están pendientes de ser remodeladas a la enseña Clarel.

El número de tiendas franquiciadas mantiene su ritmo continuo de crecimiento. En los últimos doce meses, el número total de franquicias DIA (COFO y FOFO) creció en 503 desde 2.861 a 3.364, y el peso de la franquicia creció en consonancia de 53,3% hasta 58,2%. Por región, la tasa de penetración de la franquicia creció consistentemente en estos doce meses en ambos segmentos de negocio, alcanzando el 54,0% en Iberia desde el 49,3% anterior, y el 66,4% en Emergentes desde el 61,7% a finales de junio de 2015.

NUMERO DE TIENDAS

	30 JUNIO 2014 ⁽¹⁾				30 JUNIO 2015				
IBERIA	COCO	Franquicia	TOTAL	%	COCO	Franquicia	TOTAL	%	INC
DIA Market	1.191	1.740	2.931	60,1%	1.061	1.983	3.044	56,1%	113
DIA Maxi	663	60	723	14,8%	689	68	757	13,9%	34
Tiendas formato DIA	1.854	1.800	3.654	74,9%	1.750	2.051	3.801	70,0%	147
% tiendas formato DIA	50,7%	49,3%	100,0%		46,0%	54,0%	100,0%		
El Arbol / La Plaza	0	0	0	0,0%	455	0	455	8,4%	455
Schlecker / Clarel	1.200	25	1.225	25,1%	1.148	24	1.172	21,6%	-53
Total tiendas IBERIA	3.054	1.825	4.879	100,0%	3.353	2.075	5.428	100,0%	549
% tiendas IBERIA	62,6%	37,4%	100,0%		61,8%	38,2%	100,0%		

EMERGENTES	COCO	Franquicia	TOTAL	%	COCO	Franquicia	TOTAL	%	INC
DIA Market	483	999	1.482	86,2%	515	1.219	1.734	87,6%	252
DIA Maxi	175	62	237	13,8%	151	94	245	12,4%	8
Total EMERGENTES	658	1.061	1.719	100,0%	666	1.313	1.979	100,0%	260
% tiendas EMERGENTES	38,3%	61,7%	100,0%		33,6%	66,4%	100,0%		

GRUPO DIA	COCO	Franquicia	TOTAL	%	COCO	Franquicia	TOTAL	%	INC
DIA Market	1.674	2.739	4.413	66,9%	1.576	3.202	4.778	64,5%	365
DIA Maxi	838	122	960	14,6%	840	162	1.002	13,5%	42
Tiendas formato DIA	2.512	2.861	5.373	81,4%	2.416	3.364	5.780	78,0%	407
% tiendas formato DIA	46,7%	53,3%	100,0%		41,8%	58,2%	100,0%		
El Arbol / La Plaza	0	0	0	0,0%	455	0	455	6,1%	455
Schlecker / Clarel	1.200	25	1.225	18,6%	1.148	24	1.172	15,8%	-53
TOTAL GRUPO DIA	3.712	2.886	6.598	100,0%	4.019	3.388	7.407	100,0%	809
% tiendas	56,3%	43,7%	100,0%		54,3%	45,7%	100,0%		

(1) Con actividades de Francia re-expresadas como interrumpidas

En el 1S 2015, la inversión en inmovilizado fue de EUR290,4m, de los que EUR106,1m corresponden a la adquisición de activos de Eroski y EUR15m a distintas mejoras realizadas en las recientes adquisiciones completadas en España. Ajustado por estas operaciones, la inversión fue un 15,6% más respecto al mismo período del mismo año, hasta el alcanzar los EUR22,9m. La inversión realizada en Brasil y Argentina (países que representan más del 90% de la inversión en Emergentes) creció un 47,0%. En el 1S 2015 la inversión en aperturas (sin tener en cuenta la adquisición de activos de Eroski) creció un 28,7% hasta EUR77,9m.

INVERSIÓN EN INMOVILIZADO

POR SEGMENTO (EURm)	1S 2014 ⁽¹⁾	%	1S 2015	%	INC
Iberia	102,0	69,7%	221,8	76,4%	117,4%
Emergentes	44,4	30,3%	68,5	23,6%	54,4%
TOTAL	146,4	100,0%	290,4	100,0%	98,3%
POR CATEGORIA (EURm)	1S 2014 ⁽¹⁾	%	1S 2015	%	INC
Aperturas	60,6	41,4%	184,0	63,4%	203,9%
Transformaciones y mantenimiento	85,8	58,6%	106,3	36,6%	23,9%
TOTAL	146,4	100,0%	290,4	100,0%	98,3%

(1) Con actividades de Francia re-expresadas como mantenidas para la venta

5 / EVOLUCIÓN DEL NEGOCIO POR AREA GEOGRÁFICA

En Iberia, las ventas brutas bajo enseña crecieron un 9,7% hasta EUR3.234m, de los cuales EUR368,1m provienen de El Árbol y la reciente integración de activos de Eroski. El crecimiento orgánico en el 1S 2015 fue de -2,8%, con una caída de ventas comparables del 4,8% pero con una clara recuperación en la última parte del trimestre tanto en España como en Portugal. En 2T 2015, la caída del crecimiento orgánico fue del 3,2%, lo que ajustado por el efecto calendario muestra una evolución similar en el negocio a la registrada en el pasado trimestre. Aunque los precios de la alimentación están empezando a mejorar, DIA aún acumula deflación en precios en ambos periodos 2T 2015 y 1S 2015.

En el 1S 2015, DIA alcanzó en Iberia un EBITDA ajustado de EUR226,7m, lo que implica un incremento del 5,5%, mientras el EBIT ajustado ascendió hasta EUR149,2m, un 4.0% arriba. Estas cifras reflejan una caída de 30 y 28 pb del margen sobre ventas respectivamente, una caída enteramente asociada con la integración de El Árbol y Eroski, cuya evolución está siendo mejor que nuestras estimaciones iniciales.

En España, los diferentes planes puestos en marcha para mejorar nuestra propuesta comercial están evolucionando de acuerdo a las previsiones. En los próximos meses, la compañía finalizará la remodelación al formato Clarel con muy buenos resultados. Dos años después de comenzar el proceso de cambio de enseña de Schlecker, las nuevas tiendas Clarel continúan acelerando sus tasas de crecimiento orgánico justo antes del lanzamiento de la primera campaña de comunicación masiva de la nueva enseña.

En Portugal el entorno permanece altamente competitivo y se ha seguido perdiendo ventas en el trimestre. Hemos continuado mejorando nuestra propuesta comercial y las primeras pruebas llevadas a cabo en las tiendas de proximidad de Minipreço han presentado una mejora en las ventas de doble dígito. Asimismo, también hemos tomado medidas relevantes en nuestra política de precios, recuperando un importante diferencial frente a nuestros competidores, lo que ha tenido un impacto negativo en nuestros márgenes de explotación.

IBERIA

(EURm)	2T 2014	2T 2015	INC
Ventas brutas bajo enseña	1,520.2	1,666.3	9.6%
<i>de las que El Arbol / Eroski</i>		194.3	
Ventas netas	1,301.4	1,421.3	9.2%
EBITDA ajustado ⁽¹⁾	118.5	125.9	6.2%
Margen EBITDA ajustado	9.1%	8.9%	-25 pb
EBIT ajustado ⁽¹⁾	83.2	87.0	4.5%
Margen EBIT ajustado	6.4%	6.1%	-28 pb
(EURm)	1S 2014	1S 2015	INC
Ventas brutas bajo enseña	2.948,5	3.233,5	9,7%
<i>de las que El Arbol / Eroski</i>		368,1	
Ventas netas	2.530,9	2.768,7	9,4%
EBITDA ajustado ⁽¹⁾	214,8	226,7	5,5%
Margen EBITDA ajustado	8,5%	8,2%	-30 pb
EBIT ajustado ⁽¹⁾	143,5	149,2	4,0%
Margen EBIT ajustado	5,7%	5,4%	-28 pb

(1) Ajustado por elementos no recurrentes

En emergentes, las ventas brutas bajo enseña crecieron un 26,5% en euros hasta EUR1.880m, del que un 22,7% es crecimiento orgánico, que se corresponde con un crecimiento del 11,0% de la venta comparable, y de un 11,7% a la contribución de las 260 nuevas aperturas realizadas en los últimos doce meses. La apreciación de las divisas tuvo un efecto incremental del 3,8% en las ventas brutas bajo enseña para el periodo 1S 2015. Aunque el entorno económico en Emergentes fue más exigente que el año pasado, DIA continúa teniendo una sólida evolución, ganando cuota de mercado a buen ritmo en Argentina y Brasil. En el 2T 2015, la inflación en alimentación en Argentina se desaceleró significativamente, lo que explica el menor crecimiento orgánico en el trimestre para el segmento de Emergentes.

El EBITDA ajustado creció un 28,8% (27,5% a divisa constante) hasta EUR39,5m, reflejando un crecimiento de 7 pb en el margen sobre ventas del EBITDA ajustado. El EBIT ajustado aumentó un 16,9% hasta EUR14,9m (17,9% a divisa constante), con una leve caída de 7 pb en el margen operativo hasta el 0,9%.

EMERGENTES

(EURm)	2T 2014	2T 2015	INC	INC a divisa constante
Ventas brutas bajo enseña	779,1	950,0	21,9%	19,9%
Ventas netas	659,6	793,8	20,3%	18,8%
EBITDA ajustado ⁽¹⁾	17,7	21,9	23,8%	24,5%
Margen EBITDA ajustado	2,7%	2,8%	8 pb	
EBIT ajustado ⁽¹⁾	8,4	9,5	12,8%	14,2%
Margen EBIT ajustado	1,3%	1,2%	-8 pb	
(EURm)	1S 2014	1S 2015	INC	INC a divisa constante
Ventas brutas bajo enseña	1.486,3	1.880,4	26,5%	22,7%
Ventas netas	1.258,0	1.573,3	25,1%	21,6%
EBITDA ajustado ⁽¹⁾	30,6	39,5	28,8%	27,5%
Margen EBITDA ajustado	2,4%	2,5%	7 pb	
EBIT ajustado ⁽¹⁾	12,8	14,9	16,9%	17,9%
Margen EBIT ajustado	1,0%	0,9%	-7 pb	

(1) Ajustado por elementos no recurrentes

6 / PERSPECTIVAS

- / DIA reitera su objetivo de inversión para 2015 (EUR330m a EUR340m en perímetro comparable y EUR50m adicionales en la remodelación de adquisiciones).
- / DIA mantiene el objetivo de crecimiento medio anual (TACC) de doble dígito fijado sobre el BPA ajustado en divisa constante para el periodo 2012 a 2015.

7 / CALENDARIO CORPORATIVO

EVENTO	FECHA	ESTADO
Publicación resultados 3T 2015	Martes, 27 Octubre 2015	Confirmado
Publicación resultados 4T 2015	Martes, 23 Febrero 2016	Pendiente de confirmación

8 / HECHOS POSTERIORES AL CIERRE DEL TRIMESTRE

- / El pasado 22 de Julio DIA pagó EUR7,5m en el pago del primer cupón del bono de EUR500m a 5 años emitido en 2014 (interés del 1,5%).
- / El pasado 16 de Julio DIA desembolsó EURO,18 por acción en concepto de dividendo a sus accionistas, lo que represento el pago efectivo de EUR112,6m (43,9% del resultado neto ajustado del ejercicio 2014).

9 (I) / VENTAS POR PAIS

VENTAS BRUTAS BAJO ENSEÑA POR PAIS

(EURm)	1S 2014 ⁽¹⁾	%	1S 2015	%	INC	INC a divisa constante
España	2.517,4	56,8%	2.833,8	55,4%	12,6%	12,6%
Portugal	431,2	9,7%	399,7	7,8%	-7,3%	-7,3%
IBERIA	2.948,5	66,5%	3.233,5	63,2%	9,7%	9,7%
DIA	2.796,6	94,8%	2.720,0	84,1%	-2,7%	-2,7%
Schlecker / Clarel	151,9	5,2%	155,7	4,8%	2,5%	2,5%
El Arbol / La Plaza	0,0	0,0%	357,8	11,1%	-	-
Argentina	598,5	13,5%	902,2	17,6%	50,7%	37,4%
Brasil	794,7	17,9%	865,3	16,9%	8,9%	14,4%
China (Shanghai)	93,1	2,1%	112,9	2,2%	21,3%	-0,4%
EMERGENTES	1.486,3	33,5%	1.880,4	36,8%	26,5%	22,7%
TOTAL DIA	4.434,8	100,0%	5.113,8	100,0%	15,3%	14,0%

(1) Datos pro-forma con actividades de Francia como interrumpidas

VENTAS NETAS POR PAIS

(EURm)	1S 2014 ⁽¹⁾	%	1S 2015	%	INC	INC a divisa constante
España	2.173,3	57,4%	2.438,9	56,2%	12,2%	12,2%
Portugal	357,7	9,4%	329,8	7,6%	-7,8%	-7,8%
IBERIA	2.530,9	66,8%	2.768,7	63,8%	9,4%	9,4%
Argentina	477,8	12,6%	719,5	16,6%	50,6%	36,9%
Brasil	701,7	18,5%	758,6	17,5%	8,1%	13,6%
China (Shanghai)	78,6	2,1%	95,2	2,2%	21,2%	-0,4%
EMERGENTES	1.258,0	33,2%	1.573,3	36,2%	25,1%	21,6%
TOTAL DIA	3.788,9	100,0%	4.342,0	100,0%	14,6%	13,4%

(1) Datos pro-forma con actividades de Francia como interrumpidas

9 (II) / TIENDAS Y SUPERFICIE COMERCIAL POR PAIS

TIENDAS POR PAIS

	30 JUNIO 2014			30 JUNIO 2015			INC
	COCO	Franquicia	TOTAL	COCO	Franquicia	TOTAL	
España	2.701	1.536	4.237	2.999	1.806	4.805	568
Portugal	353	289	642	354	269	623	-19
IBERIA	3.054	1.825	4.879	3.353	2.075	5.428	549
DIA	1.854	1.800	3.654	1.679	2.051	3.730	76
Schlecker / Clarel	1.200	25	1.225	1.219	24	1.243	18
El Arbol / La Plaza	0	0	0	455	0	455	455
Argentina	200	465	665	248	511	759	94
Brasil	273	429	702	305	533	838	136
China (Shanghai)	185	167	352	113	269	382	30
EMERGENTES	658	1.061	1.719	666	1.313	1.979	260
TOTAL DIA	3.712	2.886	6.598	4.019	3.388	7.407	809

SUPERFICIE COMERCIAL

(Millones de m ²)	30 JUNIO 2014	%	30 JUNIO 2015	%	INC	INC M ²
España	1,4896	63,7%	1,8717	67,2%	25,6%	382.032
Portugal	0,2275	9,7%	0,2215	8,0%	-2,7%	-6.044
IBERIA	1,7171	73,4%	2,0931	75,2%	21,9%	375.988
DIA	1,5200	88,5%	1,5726	75,1%	3,5%	52.540
Schlecker / Clarel	0,1971	11,5%	0,1890	9,0%	-4,1%	-8.113
El Arbol / La Plaza	0,0000	0,0%	0,3316	15,8%		331.561
Argentina	0,1934	8,3%	0,2122	7,6%	9,8%	18.855
Brasil	0,3503	15,0%	0,3981	14,3%	13,7%	47.822
China (Shanghai)	0,0781	3,3%	0,0805	2,9%	3,1%	2.382
EMERGENTES	0,6217	26,6%	0,6908	24,8%	11,1%	69.059
TOTAL DIA	2,3389	100,0%	2,7839	100,0%	19,0%	445.047

9 (II) / CRECIMIENTO ORGÁNICO POR SEGMENTO

CRECIMIENTO ORGANICO	2T 2014	3T 2014	4T 2014	1T 2014	2T 2015
IBERIA	-2,9%	-4,6%	-4,1%	-2,5%	-3,2%
EMERGENTES	29,5%	32,9%	32,6%	25,8%	19,9%
TOTAL DIA	8,0%	7,9%	8,4%	6,9%	4,6%

CRECIMIENTO COMPARABLE	2T 2014	3T 2014	4T 2014	1T 2014	2T 2015
IBERIA	-5,6%	-7,1%	-6,7%	-4,4%	-5,2%
EMERGENTES	20,5%	22,5%	22,1%	14,0%	8,4%
TOTAL DIA	2,9%	2,6%	2,9%	1,6%	-0,6%

9 (IV) / EVOLUCION DE DIVISAS

PERIODO	EUR / Peso argentino	EUR / Real brasileño	EUR / Yuan chino
2T 2013	0,1462	0,3708	0,1244
2T 2014	0,0905	0,3271	0,1170
Variación 2T 2014	-38,1%	-11,8%	-5,9%
3T 2013	0,1354	0,3301	0,1233
3T 2014	0,0910	0,3319	0,1225
Variación 3T 2014	-32,8%	0,6%	-0,6%
4T 2013	0,1212	0,3228	0,1206
4T 2014	0,0941	0,3142	0,1303
Variación 4T 2014	-22,4%	-2,7%	8,0%
1T 2014	0,0966	0,3089	0,1196
1T 2015	0,1023	0,3109	0,1425
Variación 1T 2015	5,9%	0,7%	19,1%
2T 2014	0,0905	0,3271	0,1170
2T 2015	0,1010	0,2945	0,1457
Variación 2T 2015	11,6%	-10,0%	24,5%

Fuente: Bloomberg, cotizaciones medias (Tasas negativas de variación representan una depreciación respecto al Euro)

9 (V) / BALANCE DE SITUACION

(EURm)	30 JUNIO 2014	30 JUNIO 2015
Activo no corriente	1.723,5	2.178,4
Existencias	471,3	601,0
Clientes y otros deudores	232,8	365,1
Otro activo circulante	353,3	158,5
Caja y tesorería	130,6	181,5
Activos no-corrientes mantenidos para la venta	852,6	0,0
TOTAL ACTIVO	3.764,1	3.484,4
Total fondos propios	298,6	207,6
Deuda a largo plazo	652,8	533,9
Provisiones	54,7	94,2
Pasivos por impuestos diferidos	0,8	3,5
Deuda a corto plazo	410,7	559,5
Acreedores comerciales y otros	1.426,1	1.768,8
Otros pasivos circulantes	297,3	316,9
Pasivos asociados con activos fijos mantenidos para la venta	623,1	0,1
TOTAL PASIVO	3.764,1	3.484,4

9 (VI) / FLUJO DE CAJA

(EURm)	1S 2014 ⁽¹⁾	1S 2015
EBITDA ajustado	245,5	266,2
Impuestos pagados	-15,4	-25,5
<i>Impuesto de sociedades satisfecho en el ejercicio</i>	<i>-15,4</i>	<i>-25,5</i>
<i>Desembolso de actas fiscales provisionadas</i>	<i>0,0</i>	<i>0,0</i>
Variación en fondo de maniobra	-208,3	-92,8
Variación de otros activos y pasivos circulantes	-138,6	-98,6
(A) FLUJO DE CAJA DE OPERACIONES	-116,8	49,3
Inversión / desinversión financiera	-18,6	-12,9
<i>Compra y venta de acciones</i>	<i>0,0</i>	<i>0,0</i>
<i>Otras inversiones/desinversiones de activos financieros</i>	<i>-18,6</i>	<i>-12,9</i>
Inversión en inmovilizado	-146,4	-290,4
(B) FLUJO DE CAJA DE INVERSION	-165,0	-303,2
(A+B) FLUJO DE CAJA OPERATIVO	-281,9	-253,9
Ampliación de capital	0,0	0,0
Dividendos distribuidos	0,0	0,0
Operaciones de autocartera	0,0	-103,6
Diferencias en tipos de cambio y otros	-0,1	-21,1
(C) FLUJO DE CAJA DE OPERACIONES FINANCIERAS	-0,1	-124,7
Deuda neta al comienzo del periodo	651,0	533,4
(A+B+C) VARIACION EN DEUDA NETA	-282,0	-378,6
Deuda neta al final del periodo	932,9	912,0

(1) Datos pro-forma con actividades de Francia como interrumpidas

9 (VII) / VENTAS BRUTAS Y EBITDA AJUSTADO POR SEGMENTO

1S 2014
Ventas brutas
bajo enseña



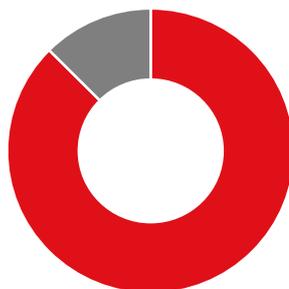
- Iberia 66,5%
- Emergentes 33,5%

1S 2015
Ventas brutas
bajo enseña



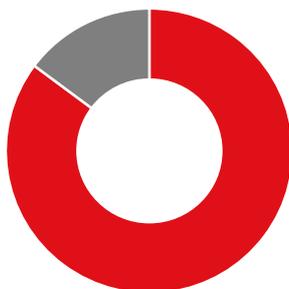
- Iberia 63,2%
- Emergentes 36,8%

1S 2014
EBITDA ajustado



- Iberia 87,5%
- Emergentes 12,5%

1S 2015
EBITDA ajustado



- Iberia 85,2%
- Emergentes 14,8%

/ GLOSARIO

/ Ventas brutas bajo enseña: valor de facturación total obtenida en las tiendas incluyendo todos los impuestos indirectos (valor de ticket de caja) y en todos los establecimientos de la compañía, tantos propios como franquiciados.

/ Ventas netas: suma de las ventas netas de tiendas integradas más las ventas a establecimientos franquiciados.

/ Crecimiento orgánico: tasa de crecimiento de las ventas brutas bajo enseña a divisa constante que incluye las ventas comparables y la expansión orgánica y excluye la contribución de las ventas aportada por las adquisiciones realizadas en los últimos doce meses.

/ Crecimiento de ventas comparables (Like-for-Like): tasa de crecimiento de ventas brutas bajo enseña a divisa constante de todas las tiendas DIA con más de doce meses de operaciones.

/ EBITDA ajustado: resultado operativo antes de depreciación y amortización de elementos de inmovilizado reintegrado de gastos e ingresos por reestructuración, deterioro y reestimación de vida útil, pérdidas y ganancias procedentes de inmovilizado.

/ EBIT ajustado: resultado operativo reintegrado de gastos e ingresos por reestructuración, deterioro y reestimación de vida útil, pérdidas y ganancias procedentes de inmovilizado.

/ Resultado neto ajustado: resultado calculado a partir del resultado neto atribuible que excluye los distintos elementos no recurrentes (otros gastos e ingresos por reestructuración, deterioro y reestimación de vida útil, resultados procedentes de inmovilizado, resultados financieros excepcionales, actas fiscales, test de valor de derivados en acciones), los resultados correspondientes a operaciones interrumpidas y su correspondiente impacto fiscal.

/ BPA reportado: fracción de resultados de la compañía calculada como beneficio neto atribuible dividido entre el número de acciones medias ponderadas del ejercicio.

/ BPA ajustado: fracción de resultados de la compañía calculada como beneficio ajustado dividido entre el número de acciones medias ponderadas del ejercicio.

/ RELACION CON INVERSORES

/ David Peña Delgado

/ Mario Sacedo Arriola

/ Tomás Peinado Alcaraz

/ Tel: +34 91 398 54 00, ext: 33890

Email: investor_relations@diagroup.com

<http://www.diacorporate.com/en/shareholders-investors/>

/ Parque Empresarial Las Rozas

/ Jacinto Benavente, 2 A

/ 28232 - Las Rozas (Madrid) ESPAÑA

/ NOTA LEGAL

Este documento no constituye una oferta de compra, venta o canje de, o una solicitud de oferta de compra, venta o canje de títulos valores, ni una solicitud de voto o un asesoramiento respecto a títulos valores de DIA.

DIA advierte que el presente documento contiene manifestaciones sobre estimaciones, proyecciones y previsiones de futuro. Dichas manifestaciones aparecen en varios lugares de la presentación e incluyen, entre otras cuestiones, estimaciones, proyecciones y previsiones respecto a posibles tendencias futuras del mercado y del desempeño del negocio de DIA. Estas estimaciones, proyecciones y previsiones representan expectativas actuales, corresponden a la fecha en la que se han realizado y están basadas en el conocimiento, información disponible y opiniones del momento en que se formaron; dichos conocimientos, informaciones y opiniones pueden cambiar en cualquier momento. Las manifestaciones sobre estimaciones, proyecciones y previsiones se identifican generalmente por el uso de términos como "espera", "anticipa", "cree", "estima" y otras expresiones análogas y similares. Se advierte a analistas, corredores e inversores, que deben operar únicamente conforme a su propio juicio teniendo en cuenta esta nota legal, y deben tener en cuenta que las estimaciones, previsiones y proyecciones presentes no constituyen garantía alguna de los resultados futuros, precio, márgenes, tipos de cambio o cualquier otra variable. Las mismas están sometidas a riesgos, incertidumbres y factores que están fuera del control de DIA. En consecuencia, los resultados efectivamente obtenidos pueden variar de forma substancial respecto a las estimaciones, proyecciones y previsiones recogidas en esta presentación.

Los riesgos e incertidumbres que pudieran afectar a la información aquí recogida son de difícil predicción y anticipación. DIA no asume la obligación de actualizar o revisar públicamente las manifestaciones, información y afirmaciones recogidas en el presente documento a la luz de nueva información, de eventos y cambios futuros inesperados o por cualquier otra causa. DIA aporta información relativa a éstos y otros factores que pudieran afectar a su negocio y sus resultados en los documentos presentados ante la CNMV (Comisión Nacional del Mercado de Valores) en España. Esta información está sujeta y debe leerse en conjunción con el resto de información pública disponible.

En consecuencia, las presentes estimaciones, proyecciones y previsiones no deben tenerse como garantía de resultados futuros, y cualquier de los consejeros, directivos, empleados o representantes de DIA no serán responsables de cualquier desviación que pudiera originarse como resultado de los distintos factores que puedan afectar al futuro desempeño de la compañía. Los consejeros, directivos, empleados o representantes de DIA no serán responsables de cualquier daño o pérdida que pueda originarse con motivo del uso del presente documento o su contenido.

Éste documento es publicado en español e inglés. En el evento de cualquier diferencia entre la versión en inglés y la original en español, prevalecerá la versión original en español.

El presente documento contiene expresiones (ventas brutas, crecimiento comparable en la cifra neta de ventas, EBITDA ajustado, EBIT ajustado, etc) que no son medidas IFRS (International Financial Reporting Standards).