

[CARTA MEMBRETE DIA]

D. Ricardo Currás de Don Pablos, en nombre y representación de Distribuidora Internacional de Alimentación, S.A.U. (en adelante, la "**Sociedad**"), en su condición de consejero – director general de la Sociedad, debidamente apoderado al efecto por acuerdo del consejo de administración de la Sociedad de 25 de marzo de 2011, en relación con el documento de registro de la Sociedad (el "**Documento de Registro**"), depositado e inscrito en el registro oficial de la Comisión Nacional del Mercado de Valores el 13 de mayo de 2011,

CERTIFICA

Que el contenido de la versión impresa del Documento de Registro inscrito y depositado en esa Comisión, se corresponde con la versión en soporte informático que se adjunta.

Asimismo, por la presente se autoriza a esa Comisión para que el Documento de Registro sea puesto a disposición del público a través de su página web.

Y, para que así conste y surta los efectos oportunos, expido el presente certificado en Madrid, a 13 de mayo de 2011.

Distribuidora Internacional de Alimentación, S.A.U.

P:p.

D. Ricardo Currás de Don Pablos



DOCUMENTO DE REGISTRO

Mayo de 2011

El presente Documento de Registro ha sido aprobado por la Comisión Nacional del Mercado de Valores e inscrito en sus registros oficiales con fecha 13 de mayo de 2011

De conformidad con lo previsto en el Real Decreto 1310/2005, de 4 de noviembre, y la Orden EHA 3537/2005 de 10 de noviembre, el presente Documento de Registro ha sido redactado de conformidad con los modelos establecidos en el Anexo I del Reglamento CE N° 809/2004 de la Comisión de 29 de abril de 2004, relativo a la aplicación de la Directiva 2003/71/CE del Parlamento Europeo y del Consejo, y demás legislación aplicable

ÍNDICE

	Pág.
I. FACTORES DE RIESGO	
1 FACTORES DE RIESGO RELATIVOS AL NEGOCIO DEL GRUPO DIA	7
2 FACTORES DE RIESGO RELATIVOS AL SECTOR EN EL QUE OPERA EL GRUPO DIA	18
II. INFORMACIÓN SOBRE EL EMISOR (ANEXO I DEL REGLAMENTO (CE) N° 809/2004 DE LA COMISIÓN DE 29 DE ABRIL DE 2004)	
1 PERSONAS RESPONSABLES.....	21
1.1 Identificación de las personas responsables del documento de registro.....	21
1.2 Declaración de las personas responsables del documento de registro.....	21
2 AUDITORES DE CUENTAS.....	22
2.1 Nombre y dirección de los auditores del Emisor para el período cubierto por la información financiera histórica (así como su afiliación a un colegio profesional).....	22
2.2 Si los auditores han renunciado, han sido apartados de sus funciones o no han sido redesignados durante el período cubierto por la información financiera histórica, proporcionarán los detalles si son importantes.....	22
3 INFORMACIÓN FINANCIERA SELECCIONADA.....	23
3.1 Información financiera histórica seleccionada relativa al Emisor.....	23
3.2 Si se proporciona información financiera seleccionada relativa a periodos intermedios, también se proporcionarán datos comparativos del mismo periodo del ejercicio anterior, salvo que el requisito para la información comparativa del balance se satisfaga presentando la información del balance final del ejercicio.....	26
4 FACTORES DE RIESGO.....	28
5 INFORMACIÓN SOBRE EL EMISOR.....	29
5.1 Historial y evolución del Emisor.....	29
5.2 Inversiones.....	44
6 DESCRIPCIÓN DE LA EMPRESA.....	55
6.1 Actividades principales.....	55
6.2 Mercados principales.....	97
6.3 Cuando la información dada de conformidad con los puntos 6.1. y 6.2. se haya visto influenciada por factores excepcionales, debe mencionarse este hecho.....	106
6.4 Si es importante para la actividad empresarial o para la rentabilidad del Emisor, revelar información sucinta relativa al grado de dependencia del Emisor de patentes o licencias, contratos industriales, mercantiles o financieros, o de nuevos procesos de fabricación.....	106
6.5 Se divulgará la base de cualquier declaración efectuada por el Emisor relativa a su posición de competitividad.....	106

7	ESTRUCTURA ORGANIZATIVA.....	107
7.1	Breve descripción del grupo y posición del Emisor en el grupo.....	107
7.2	Lista de las filiales significativas del Emisor, incluido el nombre, el país de constitución o residencia, la participación en el capital y, si es diferente, su proporción de derechos de voto.....	110
8	PROPIEDAD, INSTALACIONES Y EQUIPO.....	113
8.1	Información relativa a todo inmovilizado material tangible existente o previsto, incluidas las propiedades arrendadas y cualquier gravamen importante al respecto.....	113
8.2	Descripción de cualquier aspecto medioambiental que pueda afectar al uso por el Emisor del inmovilizado material tangible.....	122
9	ANÁLISIS OPERATIVO Y FINANCIERO.....	123
9.1	Situación financiera.....	123
9.2	Resultados de explotación.....	123
10	RECURSOS DE CAPITAL.....	143
10.1	Información relativa a los recursos de capital del Emisor (a corto y a largo plazo).....	143
10.2	Explicación de las fuentes y cantidades y descripción narrativa de los flujos de tesorería del Emisor.....	153
10.3	Información sobre los requisitos del préstamo y estructura de financiación del Emisor.....	157
10.4	Información relativa a cualquier restricción sobre el uso de los recursos de capital que, directa o indirectamente, haya afectado o pudiera afectar de manera importante a las operaciones del Emisor.....	161
10.5	Información relativa a las fuentes previstas de fondos necesarios para cumplir los compromisos mencionados en 5.2.3. y 8.1.....	161
11	INVESTIGACIÓN Y DESARROLLO, PATENTES Y LICENCIAS.....	162
11.1	Investigación y Desarrollo.....	162
11.2	Derechos sobre bienes inmateriales.....	162
12	INFORMACIÓN SOBRE TENDENCIAS.....	168
12.1	Tendencias recientes más significativas de la producción, ventas e inventario, y costes y precios de venta desde el fin del último ejercicio hasta la fecha del Documento de Registro.....	168
12.2	Información sobre cualquier tendencia conocida, incertidumbres, demandas, compromisos o hechos que pudieran razonablemente tener una incidencia importante en las perspectivas del Emisor, por lo menos para el actual ejercicio.....	168
13	PREVISIONES O ESTIMACIONES DE BENEFICIOS.....	172
13.1	Declaración que enumere los principales supuestos en los que el Emisor ha basado su previsión o su estimación.....	172
13.2	Debe incluirse un informe elaborado por contables o auditores independientes que declare que, a juicio de esos contables o auditores independientes, la previsión o estimación se ha calculado correctamente sobre la base declarada, y que el fundamento contable utilizado para la previsión o estimación de los beneficios es coherente con las políticas contables del Emisor.....	177
13.3	La previsión o estimación de los beneficios debe prepararse sobre una base comparable con la información financiera histórica.....	178

13.4	Si el Emisor publica en un folleto una previsión de beneficios para una fecha no transcurrida, debe entonces proporcionar una declaración de si efectivamente ese pronóstico sigue siendo tan correcto como en la fecha del Documento de Registro, o una explicación de por qué el pronóstico ya no es válido, si éste es el caso.....	189
14	ÓRGANOS DE ADMINISTRACIÓN, DE GESTIÓN Y DE SUPERVISIÓN, Y ALTOS DIRECTIVOS.....	189
14.1	Nombre, dirección profesional y cargo en el Emisor de las siguientes personas, indicando las principales actividades que éstas desarrollan al margen del Emisor, si dichas actividades son significativas con respecto a ese Emisor.....	189
14.2	Conflictos de intereses de los órganos de administración, de gestión y de supervisión y altos directivos.....	206
15	REMUNERACIÓN Y BENEFICIOS.....	210
15.1	Importe de la remuneración pagada (incluidos los honorarios contingentes o atrasados) y prestaciones en especie concedidas a esas personas por el Emisor y sus filiales por servicios de todo tipo prestados por cualquier persona al Emisor y sus filiales.....	210
15.2	Importes totales ahorrados o acumulados por el Emisor o sus filiales para prestaciones de pensión, jubilación o similares.....	212
16	PRÁCTICAS DE GESTIÓN.....	218
16.1	Fecha de expiración del actual mandato, en su caso, o período durante el cual han desempeñado servicios en ese cargo.....	218
16.2	Información sobre los contratos de miembros de los órganos de administración, de gestión o de supervisión con el Emisor o cualquiera de sus filiales que prevean beneficios a la terminación de sus funciones, o la correspondiente declaración negativa.....	219
16.3	Información sobre la comisión de auditoría y la comisión de retribuciones del Emisor, incluidos los nombres de los miembros de la comisión y un resumen de su reglamento interno.....	220
16.4	Declaración de si el Emisor cumple el régimen o regímenes de gobierno corporativo de su país de constitución. En caso de que el Emisor no cumpla ese régimen, debe incluirse una declaración a ese efecto, así como una explicación del motivo por el cual el Emisor no cumple ese régimen.....	225
17	EMPLEADOS.....	231
17.1	Número de empleados al final del periodo o la media para cada ejercicio durante el período cubierto por la información financiera histórica y desglose de las personas empleadas por categoría principal de actividad y situación geográfica.....	231
17.2	Acciones y opciones de compra de acciones de los consejeros y altos directivos mencionados en el apartado 14.1.....	233
17.3	Descripción de todo acuerdo de participación de los empleados en el capital del Emisor.....	233
18	ACCIONISTAS PRINCIPALES.....	234
18.1	En la medida en que tenga conocimiento de ello el Emisor, nombre de cualquier persona que no pertenezca a los órganos de administración, de gestión o de supervisión que, directa o indirectamente, tenga un interés declarable, según el derecho nacional del Emisor, en el capital o en los derechos de voto del Emisor, así como la cuantía del interés de cada una de esas personas o, en caso de no haber tales personas, la correspondiente	234

	declaración negativa.....	
18.2	Si los accionistas principales del Emisor tienen distintos derechos de voto, o la correspondiente declaración negativa.....	236
18.3	En la medida en que tenga conocimiento de ello el Emisor, declarar si el Emisor es directa o indirectamente propiedad o está bajo control y quién lo ejerce, y describir el carácter de ese control y las medidas adoptadas para garantizar que no se abusa de ese control.....	236
18.4	Descripción de todo acuerdo, conocido del Emisor, cuya aplicación pueda en una fecha ulterior dar lugar a un cambio en el control del Emisor.....	236
19	OPERACIONES CON PARTES VINCULADAS.....	237
20	INFORMACIÓN FINANCIERA RELATIVA AL ACTIVO Y EL PASIVO DEL EMISOR, POSICIÓN FINANCIERA Y PÉRDIDAS Y BENEFICIOS.....	243
20.1	Información financiera histórica.....	243
20.2	Información financiera pro-forma.....	271
20.3	Estados financieros.....	271
20.4	Auditoría de la información financiera histórica anual.....	271
20.5	Edad de la información financiera más reciente.....	272
20.6	Información intermedia y demás información financiera.....	272
20.7	Política de dividendos.....	293
20.8	Procedimientos judiciales y de arbitraje.....	294
20.9	Cambios significativos en la posición financiera o comercial del Emisor.....	300
21	INFORMACIÓN ADICIONAL.....	301
21.1	Capital social.....	301
21.2	Estatutos y escritura de constitución.....	303
22	CONTRATOS RELEVANTES.....	315
22.1	Resumen de cada contrato importante, al margen de los contratos celebrados en el desarrollo corriente de la actividad empresarial, del cual es parte el Emisor o cualquier miembro del Grupo, celebrado durante los dos años inmediatamente anteriores a la publicación del Documento de Registro.....	315
22.2	Resumen de cualquier otro contrato (que no sea un contrato celebrado en el desarrollo corriente de la actividad empresarial) celebrado por cualquier miembro del Grupo que contenga una cláusula en virtud de la cual cualquier miembro del Grupo tenga una obligación o un derecho que sean relevantes para el Grupo hasta la fecha del Documento de Registro.....	318
23	INFORMACIÓN DE TERCEROS, DECLARACIONES DE EXPERTOS Y DECLARACIONES DE INTERÉS.....	319
23.1	Cuando se incluya en el presente capítulo una declaración o un informe atribuido a una persona en calidad de experto, proporcionar el nombre de dicha persona, su dirección profesional, sus cualificaciones y, en su caso, cualquier interés importante que tenga en el Emisor. Si el informe se presenta a petición del Emisor, una declaración a ese efecto de que se incluye dicha declaración o informe, la forma y el contexto en que se incluye, con el consentimiento de la persona que haya autorizado el contenido de esa parte del Documento de Registro.....	319
23.2	En los casos en que la información proceda de un tercero, proporcionar una confirmación de que la información se ha reproducido con exactitud y que, en la medida en que el Emisor tiene conocimiento de ello y puede	

determinar a partir de la información publicada por ese tercero, no se ha omitido ningún hecho que haría la información reproducida inexacta o engañosa. Además, el Emisor debe identificar la fuente o fuentes de la información.....

		319
24	DOCUMENTOS PRESENTADOS.....	320
25	INFORMACIÓN SOBRE CARTERAS.....	322

I. FACTORES DE RIESGO

1 FACTORES DE RIESGO RELATIVOS AL NEGOCIO DEL GRUPO DIA

1.1 Riesgos relativos a la separación del grupo Carrefour y a un funcionamiento autónomo

Tal y como se describe con detalle en el apartado 18 del presente Documento de Registro, una vez se apruebe por la junta general de accionistas de Carrefour Société Anonyme (prevista para el 21 de junio de 2011) el reparto del 100% de las acciones de DIA entre sus accionistas, DIA dejará de formar parte del grupo Carrefour.

En previsión de dicha separación, el Grupo DIA está reforzando sus estructuras centrales para cubrir ciertas funciones previamente gestionadas por el grupo Carrefour.

La separación del grupo Carrefour conlleva riesgos operativos y financieros, entre los que cabe mencionar:

- Pérdida de poder de negociación con proveedores de productos de marca proveedor: con anterioridad a la mencionada separación, el Grupo DIA y el grupo Carrefour compraban conjuntamente determinadas referencias, principal y básicamente Productos Gran Consumo (PGC), que podían ser distribuidas indistintamente en todos los países en los que el Grupo DIA opera (por presentar un formato y tamaño adecuado para todos los clientes en dichos países). El Grupo DIA y el grupo Carrefour, a través de la suscripción de sendos contratos de fecha 9 de mayo de 2011 (que se detallan en mayor detalle en el apartado 22.1 siguiente), se han comprometido a: (a) seguir negociando conjuntamente y a través de la entidad Carrefour World Trade S.A. (sociedad perteneciente al grupo Carrefour) productos de marca proveedor, básicamente Productos Gran Consumo (PGC), con carácter internacional y hasta el 31 de diciembre de 2011, manteniendo los compromisos adoptados por el grupo Carrefour con los proveedores de este tipo de productos; y (b) seguir negociando conjuntamente y a través de la entidad Interdis (sociedad perteneciente al grupo Carrefour) Productos Gran Consumo (PGC) de marca proveedor, en Francia y hasta el 29 de febrero de 2012, manteniendo los compromisos adoptados por el grupo Carrefour con los proveedores de este tipo de productos; fechas a partir de las cuales y respectivamente, el Grupo DIA tendrá que negociar de forma individual la adquisición de productos de marca proveedor.

Dicha negociación con los proveedores de forma individual podría provocar el alza de los precios y, como consecuencia, una disminución en los márgenes, lo que podría afectar negativamente a la situación financiera y resultados operativos del Grupo DIA. La Sociedad ha estimado este riesgo en 24,3 millones de euros en 2010 si la separación se hubiera producido en dicho año, que hubiera impactado negativamente en el epígrafe de "consumo de mercaderías y otros consumibles"; lo que hubiera supuesto un 0,6% del volumen de ventas de Productos Gran Consumo (PGC) de marca proveedor

en 2010 y un 0,3% de las ventas totales en 2010. Este impacto representaría hasta un 0,4% de las ventas totales en 2012 y 2013.

- Mantenimiento del poder de negociación con proveedores de productos de marca propia: con anterioridad a la mencionada separación, el Grupo DIA y el grupo Carrefour negociaban conjuntamente en España y Francia, aproximadamente el 50% de los Productos Gran Consumo (PGC) de marca propia. La separación implicará, como consecuencia del contrato suscrito el 9 de mayo de 2011 para la compra de productos de marca propia conjuntamente con el grupo Carrefour (que se describe con más detalle en el apartado 22.1 siguiente), la preservación de la negociación de la marca propia en estos países, durante un período de 3 años desde el primer día de cotización de DIA, manteniéndose así determinadas sinergias tanto para el Grupo DIA como para el grupo Carrefour. De no haberse suscrito este contrato, que abarca aproximadamente el 50% de los Productos Gran Consumo de marca propia, se estima que DIA habría incurrido en un gasto adicional de aproximadamente 10 millones de euros en 2010 por este concepto (lo que representa un 0,6% de las ventas de Productos Gran Consumo (PGC) marca propia en España y Francia en 2010 y un 0,1% de las ventas totales de 2010) , y este gasto adicional hubiera representado hasta un 0,2% de las ventas totales en 2012 y 2013 (ver tabla 7 de la sección 6).
- Riesgo derivado de la necesidad de contratar más personal incurriendo en costes adicionales para que el Grupo DIA funcione totalmente de manera autónoma. La Sociedad ha estimado este riesgo, que impacta negativamente en la cuenta "Gastos de personal", en aproximadamente 11 millones de euros al año, por lo que la mitad de esta cifra impactará en la cuenta de resultados del presente año. En este importe se incluiría el coste adicional que supondrá la nueva composición del consejo de administración de la Sociedad.
- Riesgo derivado del incremento de los gastos de explotación como consecuencia, entre otros de:
 - Pérdida de poder de negociación con las agencias publicitarias y para la contratación de servicios informáticos (en particular respecto de IT, seguro y uso de servicios de pago): hasta ahora el Grupo DIA se ha beneficiado de los contratos marco suscritos entre el grupo Carrefour y ciertas agencias a los efectos de la prestación de servicios publicitarios y determinados proveedores de servicios informáticos. Tras la mencionada separación, las condiciones de estos contratos seguirán resultando de aplicación al Grupo DIA, concretamente hasta el 31 de diciembre de 2011. Tras esta fecha, el Grupo DIA negociará de manera independiente los contratos con agencias publicitarias y/o proveedores de servicios informáticos y es posible que el Grupo DIA no pueda suscribir estos contratos en los mismos términos y condiciones ventajosas de las que venía disfrutando.

- Riesgo derivado de la contratación de nuevas pólizas de seguros (principalmente los relacionados con el inmovilizado material y adicionalmente y entre otros, seguros de responsabilidad civil y de transporte): históricamente, el Grupo DIA se ha beneficiado de una póliza de seguros paraguas del grupo Carrefour para cubrir los principales riesgos derivados de su actividad. Dicha póliza se mantendrá en vigor (también por tanto para el Grupo DIA) hasta el 30 junio de 2011. Tras la separación del Grupo DIA del grupo Carrefour, es posible que el Grupo DIA no pueda obtener y mantener pólizas de seguro en las mismas condiciones de las que venía disfrutando.

La Sociedad ha estimado este incremento de gastos de explotación en 11 millones de euros anuales, por lo que la mitad de esta cifra impactará en la cuenta de resultados del presente año.

Del mismo modo, la Sociedad ha estimado un ahorro en los gastos de explotación por los servicios de consultoría que venía prestándole el grupo Carrefour en aproximadamente 39 millones de euros en 2010. Este ahorro se ha estimado en aproximadamente 22 millones de euros para 2011 (correspondiente a la mitad del mencionado ejercicio) y en torno a 45 millones de euros para los años 2012 y 2013 (respecto de lo que hubiera abonado el Grupo DIA de haber seguido en el grupo Carrefour).

- Pérdida de apoyo, en el medio y largo plazo, para entrar en nuevos países en los que el grupo Carrefour esté presente.
- Riesgo derivado de la gestión de la tesorería y de la deuda financiera con el grupo Carrefour: tras la separación del grupo Carrefour, el Grupo DIA tendrá que gestionar por su cuenta la totalidad de su tesorería. El Grupo DIA no puede asegurar que sea capaz de gestionar su tesorería y su deuda financiera de igual forma que cuando se encontraba respaldada por el grupo Carrefour, por no poder acceder a las mismas con la misma facilidad.
- Riesgo derivado de la terminación de determinados contratos: si bien el Grupo DIA entiende que la separación del grupo Carrefour no debería tener un impacto significativo en la inmensa mayoría de los contratos que ha suscrito, no puede descartarse la existencia de algún contrato suscrito en el curso ordinario del negocio que pueda contener alguna cláusula que permita a la contraparte de dicho contrato terminar anticipadamente el mismo.

En conclusión, el efecto total de la separación de DIA del grupo Carrefour alcanzaría, sobre el resultado de explotación, +11 millones de euros, -19 millones de euros y -19 millones de euros en los ejercicios 2011, 2012 y 2013, respectivamente. Este impacto habría representado -7 millones de euros en 2010.

Finalmente y en caso de que se materialice alguno de los riesgos mencionados en este subapartado 2.1 de los que no ha sido posible su cuantificación, dichos riesgos podrían impactar de forma negativa en las cifras del Grupo DIA.

1.2 Riesgos operativos derivados del modelo de gestión

El Grupo DIA gestiona establecimientos comerciales directamente y en régimen de franquicia, siendo intención del Grupo convertir la gestión de un número relevante de establecimientos comerciales propios en régimen de franquicia, tal y como se detalla en el apartado 13 siguiente. En particular, a 31 de diciembre de 2010, el número de establecimientos explotados bajo el régimen de franquicia suponía el 32,5% del total de establecimientos del Grupo DIA (que generaban un 17,9% del total de las ventas del Grupo), teniendo previsto que en 2013 esta cifra de establecimientos explotados bajo el régimen de franquicia alcance el 40%. A estos efectos, el Grupo DIA suscribe contratos de franquicia con terceros regulando con detalle las condiciones y términos aplicables, puesto que la franquicia en determinados países carece de una regulación jurídica desarrollada o ésta es escasa, lo que provoca que no se diferencie con claridad de otras figuras jurídicas.

La explotación de establecimientos comerciales en régimen de franquicia conlleva riesgos operativos entre los que cabe mencionar:

- Riesgos asociados a la marca "Dia" y otras marcas del Grupo: uso indebido de la marca para otras actividades diferentes a aquellas para las que se ha otorgado la licencia de uso y/o patrocinio de actividades no controladas por el Grupo DIA.
- Riesgos asociados a la política comercial: aplicación de una política comercial de precios diferente a la recomendada por el Grupo DIA para su surtido de productos, distorsionando la imagen general de precio del Grupo y ocasionando confusión en el consumidor. Asimismo, la eventual venta de productos ajenos al surtido del Grupo DIA que no pueden encontrarse en establecimientos comerciales propios o en otros establecimientos franquiciados generará la misma confusión.
- Riesgos asociados con la imagen corporativa: gestión autónoma e independiente diferente a la de otros establecimientos comerciales, propios o franquiciados, no respetando los estándares de los establecimientos del Grupo DIA. Cualquier incumplimiento podría tener un impacto negativo sobre la imagen comercial y corporativa del Grupo DIA.
- Riesgos asociados con los contratos de arrendamiento: pérdida del punto de venta por finalización o incumplimiento de los contratos de arrendamiento de los establecimientos comerciales suscritos por los franquiciados.
- Riesgos asociados con la no renovación de contratos: riesgo de que los franquiciados no estén interesados en renovar el contrato de franquicia a la finalización del mismo, especialmente en aquellos países en los que un mismo franquiciado opera diversas franquicias tanto del Grupo DIA como del grupo Carrefour, debido en particular a los compromisos de no competencia que se hayan asumido.

Este riesgo puede verse acrecentado en aquellos casos en los que el franquiciado haya suscrito un único contrato marco con el Grupo DIA para la explotación de varios establecimientos comerciales.

Asimismo, existe el riesgo de que los franquiciados constituyan asociaciones a los efectos de poder presionar al Grupo DIA para conseguir condiciones más favorables.

Finalmente y en caso de que se materialice alguno de los riesgos mencionados en este subapartado 2.2, dichos riesgos podrían impactar de forma negativa en las cifras del Grupo DIA.

1.3 Riesgos relativos a marcas y publicidad

Tanto el reconocimiento y la imagen del Grupo DIA, de la marca "Dia" y del resto de marcas del Grupo (para mayor detalle de las marcas del Grupo, ver apartado 11.2.1 del presente Documento de Registro), como la fidelidad de los clientes, son cruciales para el crecimiento y el desarrollo del negocio. La reputación y el reconocimiento de sus marcas se ven afectados por una serie de factores, incluidos factores que podrían estar fuera de su control, tales como los relacionados con cambios en las preferencias y en la percepción del cliente. Un acontecimiento que perjudique sustancialmente la reputación o el reconocimiento de una o más de sus marcas, y/o la incapacidad sustancial de mantener la atracción generada por las mismas entre sus clientes, podría tener un importante efecto desfavorable sobre el valor de dichas marcas y, por lo tanto, sobre el negocio, la situación financiera y los resultados de las operaciones del Grupo.

Además, la capacidad del Grupo para competir con éxito en sus principales mercados depende, en parte, de su imagen de marca. El uso no autorizado de la propiedad industrial del Grupo podría perjudicar la reputación de éste o favorecer a la competencia, sin que pueda garantizarse que el daño causado por dicho uso no autorizado pueda compensarse por cualesquiera remedios legales. Adicionalmente, las marcas del Grupo pueden verse afectadas negativamente por, entre otras cosas, niveles de servicio poco fiables, atención al cliente de baja calidad, pérdida y divulgación no autorizada de datos personales, deterioro en los productos comercializados, o cualquier otro tipo de publicidad negativa relacionada con el negocio del Grupo.

Por otro lado, aunque el Grupo considera que ninguno de sus productos ni servicios infringe materialmente derechos de exclusiva de terceros, no se puede descartar que pueda recibir reclamaciones de terceros relacionadas con la propiedad industrial e intelectual. Además, si dichas reclamaciones resultaran exitosas, la capacidad del Grupo para usar o licenciar productos podría verse bloqueada, lo que podría, por tanto, provocar una pérdida de la protección de la propiedad intelectual o industrial de las partes del negocio del Grupo que se vieran afectas.

1.4 Riesgo por responsabilidad por productos defectuosos

La actividad del Grupo DIA está expuesta a los riesgos de responsabilidad civil inherentes a la comercialización de productos alimenticios. A pesar de que el Grupo DIA no produce directamente ninguno de los productos que distribuye, no puede asegurarse que no vaya a presentarse contra el Grupo DIA ninguna demanda de responsabilidad.

La seguridad y la calidad de los productos es esencial para el mantenimiento de la confianza del consumidor. Un error material en los procedimientos para el control de la integridad de los productos podría traducirse en una merma de confianza, con la consiguiente pérdida de clientes e impacto negativo sobre la marca "Dia" y su reputación, lo que impactaría en la cuenta de "ventas".

1.5 Riesgos asociados a la expansión

La estrategia de crecimiento del Grupo ha estado basada (i) en nuevas aperturas (estrategia con la que actualmente el Grupo DIA continúa) y (ii) en la adquisición de otras cadenas de supermercados, integrando sus activos en la estructura comercial establecida, lo que ha permitido al Grupo beneficiarse de las sinergias derivadas de la incorporación de nuevos establecimientos comerciales a la estructura existente.

La estrategia de apertura de nuevos establecimientos incluye la apertura tanto de establecimientos propios (esto es, gestionados por el Grupo DIA) como franquiciados. La apertura de los primeros depende de múltiples factores, tales como la identificación y posterior adquisición, construcción, remodelación o arrendamiento de locales en emplazamientos adecuados, la habilidad para negociar los correspondientes contratos de adquisición o arrendamiento en términos de mercado o el nivel de competencia existente y futura en las áreas de localización de los establecimientos comerciales. Las inversiones destinadas a la apertura de estos nuevos establecimientos comerciales propios pueden deteriorar los márgenes del Grupo DIA hasta que dichas nuevas inversiones alcancen su período de maduración. En lo que respecta a los establecimientos gestionados bajo el régimen de franquicia, aunque las inversiones destinadas a estos establecimientos son menores a las utilizadas para la apertura de establecimientos comerciales propios, los márgenes comerciales son menores.

En consecuencia, el Grupo DIA no puede asegurar (i) la estabilidad de este modelo, (ii) que este crecimiento del número de establecimientos comerciales propios o franquiciados produzca un aumento de la rentabilidad o (iii) que el ritmo de crecimiento se mantenga en los próximos ejercicios.

En el caso de que se realizasen nuevas adquisiciones, los resultados del Grupo dependerán de su capacidad para continuar integrando las empresas adquiridas, empleando el personal cualificado necesario, beneficiándose de las potenciales sinergias resultantes sin perder control operativo. Asimismo estas adquisiciones requieren de los correspondientes fondos de financiación. No puede garantizarse que los flujos de efectivo generados por el Grupo o la financiación externa que pueda conseguir sean suficientes para financiar sus planes de crecimiento. La capacidad del Grupo para financiarse externamente a un coste razonable puede

depender en cierta medida de las condiciones de los mercados financieros, sobre las que el Grupo no tiene control alguno, no pudiendo, por ejemplo, garantizar una protección suficiente de los efectos adversos derivados de una posible variación de los tipos de interés. Si los flujos de efectivo generados o la financiación externa no son suficientes, los planes de expansión del Grupo DIA podrían retrasarse o cancelarse, lo que podría afectar a su situación en el mercado y a sus resultados.

Por todo ello, no puede garantizarse que este modelo de crecimiento vaya a dar en el futuro los mismos resultados que hasta la fecha.

1.6 Riesgo derivado de acuerdos de joint-venture

En Francia (en relación con la sociedad Bladis S.A. –véase el apartado 22.1 para un mayor detalle sobre esta última-) y Turquía (en relación con la entidad Diasa Dia Sabanci Supermarketleri Ticaret Anonim Sirketi, a través de la que el Grupo DIA desarrolla toda su actividad en Turquía), el Grupo ha suscrito acuerdos de *joint-venture*. Dichos acuerdos establecen la relación de cooperación con los socios locales para el desarrollo de estrategias de negocio. Si se produjeran desacuerdos con algún socio en un determinado país, los planes de expansión en dicho país podrían verse afectados.

Particularmente y tal y como se explica en el apartado 22.1 posterior, en relación con el acuerdo entre accionistas de la sociedad turca Diasa Dia Sabanci Supermarketleri Ticaret Anonim Sirketi suscrito entre DIA y un socio local, (i) cualquiera de las partes podría, en caso de desacuerdo en relación con determinadas cuestiones de especial relevancia en la gestión de dicha sociedad, iniciar un proceso en virtud del cual DIA podría terminar optando por adquirir la participación de dicho socio local o, alternativamente, vender su participación en dicha sociedad a dicho socio, por un precio de mercado determinado por expertos independientes (a fecha del Documento de Registro, el valor en libros de la participación del Grupo DIA en la mencionada sociedad turca asciende aproximadamente a 51,8 millones de euros, siendo el valor actual de los flujos futuros estimados asociados superiores a dicho importe); y (ii) el socio local podría llegar a sostener que el reparto de la totalidad del capital social de DIA como dividendo en especie a los accionistas de Carrefour Société Anonyme constituye un supuesto de terminación de este acuerdo entre accionistas.

1.7 Concentración del negocio en determinados países

En el ejercicio 2010, el Grupo ha generado cerca del 70% de su cifra de ventas en España y Francia. Cualquier impacto negativo a nivel económico, político, social, etc. en alguno de estos dos países podría afectar negativamente a una parte significativa del Grupo y, por tanto, a la evolución de sus resultados.

1.8 Riesgo de tipo de cambio

La utilización de divisas distintas del euro en operaciones de importación de mercancía implica un riesgo de cambio. El Grupo DIA sigue una política de cobertura de su exposición al riesgo de cambio en estos casos, no para obtener beneficios o flujos de tesorería adicionales, sino con el objetivo de mitigar el impacto que las variaciones de las divisas puedan tener sobre sus flujos monetarios. No obstante, el Grupo no puede asegurar que dicha estrategia cubra adecuadamente las variaciones de los tipos de cambio que se puedan producir en el futuro.

Adicionalmente, el Grupo DIA está expuesto a riesgos de tipo de cambio relacionados con la conversión a euros de los estados financieros de todos los países que se encuentran fuera de la zona euro (Turquía, Argentina, Brasil y China). Estos riesgos no están cubiertos por ninguna póliza de cobertura de cambio.

Finalmente y a modo aclaratorio, el cálculo estimado del impacto de una apreciación/devaluación del 10% de la totalidad de las divisas frente al euro en los fondos propios consolidados del Grupo a 31 de diciembre de 2010, derivado de la conversión de los estados financieros de todos los países fuera de la zona euro, habría sido inferior al 1% de los mismos.

1.9 Riesgo asociado al deterioro de bienes intangibles (fondo de comercio)

A 31 de diciembre de 2010, el fondo de comercio del Grupo DIA, como consecuencia de adquisiciones de sociedades o establecimientos realizadas en España, Francia, Portugal y Turquía (para mayor información ver apartados 5.2 y 20.1.1), es de 414.435 miles de euros. El fondo de comercio es reconocido por su coste, entendido éste como el exceso de coste de la combinación de negocios sobre la participación de la sociedad dominante en el valor razonable neto de los activos, pasivos y contingentes identificables adquiridos. Si bien el fondo de comercio no se amortiza, su valor recuperable se revisa al menos una vez al año, o en menor plazo si existe un indicio de pérdida de valor. A estos efectos, los cálculos del valor recuperable se ajustan al valor razonable y se basan en proyecciones futuras de los flujos de efectivo de la agrupación de las unidades generadoras de efectivo a nivel país. En esta revisión se toman hipótesis relativas a la operativa futura, a los resultados y a la situación de los mercados, lo cual implica la utilización de estimaciones de ventas, márgenes, porcentajes de crecimiento y tasas de descuento. Por ser dichas hipótesis subjetivas, existen incertidumbres y la posibilidad de ocurrencia de hechos que podrían ocasionar la necesidad de reflejar las pérdidas en el valor contable del fondo de comercio, lo cual, de materializarse, podría afectar negativa y sustancialmente a los resultados y situación financiera del Grupo.

1.10 Riesgos relativos a la financiación del Grupo

El préstamo sindicado por importe de 1.050 millones de euros comprometido entre DIA como acreditada y algunas sociedades de su Grupo como garantes y determinadas entidades de crédito (para mayor información véase el apartado 10) contiene determinadas restricciones que podrían limitar la capacidad del Grupo para, entre otras cuestiones, constituir garantías sobre sus activos y llevar a cabo determinadas inversiones y desinversiones.

El incumplimiento de cualesquiera obligaciones establecidas en dicho contrato podría dar derecho a los prestamistas a exigir el vencimiento anticipado, resolver todos los compromisos de desembolso adicional de financiación, o ejecutar las garantías constituidas por DIA o las sociedades del Grupo, según sea el caso, para garantizar el cumplimiento de sus obligaciones bajo dichos contratos.

Con anterioridad a la suscripción del mencionado préstamo sindicado, el Grupo DIA obtenía financiación del grupo Carrefour. A 31 de diciembre de 2010, la financiación concedida al Grupo DIA por parte del grupo Carrefour suponía aproximadamente el 90% de la financiación total del Grupo, siendo la deuda financiera neta a esa fecha de 251.611 miles de euros y estimando que, una vez suscrito el préstamo, dicha deuda alcance previsiblemente los 624.986 miles de euros (para una mayor información, véase el apartado 10 del presente Documento de Registro).

Asimismo, el Grupo DIA puede necesitar financiación adicional no prevista. En este sentido y tras la suscripción del mencionado contrato, el Grupo DIA no podrá asegurar que pueda obtener financiación adicional de terceros en términos y condiciones favorables.

Finalmente y a pesar de que el Grupo DIA intentará gestionar su exposición al riesgo de tipo de interés, no puede garantizar que su cobertura futura le proteja suficientemente de los efectos adversos derivados de la variación de los tipos de interés.

1.11 Riesgos asociados a la gestión de recursos humanos

A 31 de diciembre de 2010, el Grupo DIA tiene 45.234 empleados a tiempo completo. Cualquier conflicto laboral o imposibilidad de llegar a acuerdos en las negociaciones colectivas que se lleven a cabo con los representantes de los trabajadores a nivel país podría desestabilizar las operaciones del Grupo o afectar negativamente a su rendimiento empresarial.

1.12 Riesgos asociados al aprovisionamiento, producción y distribución

Los productos que vende el Grupo DIA se fabrican o provienen principalmente del país en el que se ejerce la actividad o de los países limítrofes a éste. Este hecho implica, por un lado, una mayor dependencia de dichos proveedores y de la continuidad de sus actividades y, por otro lado, una mayor exposición a las condiciones políticas, económicas, conflictos/disrupciones laborales o desastres naturales que se puedan producir en las áreas geográficas en las que dichos proveedores desarrollan su actividad. Además, el incumplimiento de las normas

y/o conductas éticas en materia laboral por parte de los proveedores y fabricantes en los países en los que operan podría tener un efecto negativo en el prestigio internacional del Grupo DIA.

Muchos de los productos distribuidos por el Grupo DIA son productos perecederos, por lo que una evaluación inadecuada de la demanda o la imposibilidad de conservar los productos en *stock* puede complicar la gestión del *stock* y tener un impacto negativo en los resultados operativos del Grupo.

Respecto a la distribución de los productos, el Grupo DIA cuenta con una serie de contratos de transporte y distribución (actividades que confía en su integridad a terceros). Cualquier interrupción importante en el funcionamiento de la red de transporte, la situación concursal de sus proveedores y transportistas, o la terminación de los citados contratos puede ocasionar problemas logísticos y retrasos en la distribución de los productos a los establecimientos comerciales. Además, el incumplimiento de las obligaciones tributarias y de Seguridad Social por parte de los transportistas podría suponer costes adicionales para DIA en cuanto responsable subsidiario.

El hecho de que proveedores y transportistas externos no realicen entregas, o no desempeñen sus tareas, o se retrasen en las entregas o en el desempeño de sus tareas, así como cualesquiera costes extra asociados a tales demoras o fallos, podrían generar, como consecuencia, gastos adicionales para el Grupo DIA y un impacto desfavorable sustancial sobre sus actividades, situación financiera y resultados operativos.

1.13 Procedimientos judiciales y administrativos

El Grupo DIA se haya incurrido, a la fecha del presente Documento de Registro, en diversos litigios y arbitrajes. A 31 de diciembre de 2010, el importe total aproximado de dichos litigios y arbitrajes alcanzaba los 231.237 miles de euros, estando provisionados un total de 176.038 miles de euros; a 31 de marzo de 2011, la cuantía total de las mencionadas provisiones ascendía a 179.396 miles de euros.

Al igual que ocurre con cualquier compañía operativa en el desarrollo de su negocio ordinario, el Grupo DIA ha sido, y puede seguir siendo en el futuro, demandado en relación con las actividades que realiza. También, por este mismo motivo, podría ser objeto de cualquier procedimiento administrativo o judicial que podría afectar de forma relevante tanto a sus operaciones como a sus resultados.

1.14 Riesgo asociado a la política de dividendos

La política de distribución de dividendos y su importe son fijados por la junta general de accionistas de DIA a propuesta del consejo de administración.

Tras la admisión a negociación de las acciones de DIA en las Bolsas de Valores, la intención de DIA es definir la política de dividendos en base a la distribución de entre un 30% y un 50% del beneficio neto de la sociedad dominante de cada ejercicio social.

Asimismo, el pago de dividendos que eventualmente DIA acuerde dependerá de diversos factores, que incluyen el beneficio neto, la situación financiera, el servicio financiero de la deuda, las necesidades de caja (incluyendo necesidades de inversión), las expectativas futuras del negocio, así como otros factores que se estimen convenientes en cada momento. Por tanto, DIA no puede garantizar que en el futuro vaya a ser capaz de distribuir dividendos a sus accionistas en los términos que se detallan en el apartado 20.7 siguiente.

1.15 Ausencia de valoración de las acciones de DIA a la fecha del presente Documento de Registro

El precio de la compraventa de las acciones de DIA a ser suscrito entre Norfin Holder, S.L. y Carrefour Société Anonyme tras la aprobación por parte de la junta general de accionistas de esta última del reparto de las mencionadas acciones de DIA entre sus accionistas (para más información véase el apartado 18.1 del presente Documento de Registro), será fijado en la fecha de suscripción del correspondiente contrato de compraventa, utilizando, entre otros métodos, el método de los múltiplos de compa n as cotizadas comparables, sin que exista un informe de ningún experto independiente que lo respalde y sin que se derive de las proyecciones recogidas en el apartado 13 del presente Documento de Registro.

1.16 Ausencia de opinión de experto para las hipótesis en que se basan las proyecciones del apartado 13

La información financiera prospectiva referida en el apartado 13 del presente Documento de Registro no conlleva ninguna opinión de terceros sobre la posibilidad de consecución de los beneficios all  previstos, ni sobre las asunciones e hipótesis sobre las que dicha previsión de beneficios está basada.

1.17 Resultados del ejercicio terminado a 31 de diciembre de 2010

La transmisión por parte de DIA de su participación en la compa n a griega DIA Hellas A.E. (entidad a través de la cual el Grupo DIA operaba en Grecia) en julio de 2010, generó un beneficio extraordinario para la Sociedad por importe de 87.734 miles de euros, al que habría que descontar unas pérdidas de 8.393 miles de euros, resultado de la actividad del primer semestre de 2010, lo que implica un impacto neto de 79.341 miles de euros. De no haberse producido dicha transmisión, los beneficios del ejercicio finalizado a 31 de diciembre de 2010 hubieran sido de aproximadamente 37.553 miles de euros, lo que representa una disminución del 70% respecto al beneficio después de impuestos de las actividades continuadas de 2009.

1.18 Competencia entre el Grupo DIA y el grupo Carrefour tras la separación

Tras la ya mencionada separación, el Grupo DIA y el grupo Carrefour pasarán a ser competidores, disponiendo ambos de un conocimiento mutuo de sus respectivos negocios.

En este sentido, el grupo Carrefour, que opera en la mayoría de los países en los que el Grupo DIA tiene presencia, cuenta con una línea de productos de descuento y determinados tipos de establecimientos que pueden competir de manera directa con los establecimientos del Grupo DIA.

2 FACTORES DE RIESGO RELATIVOS AL SECTOR EN EL QUE OPERA EL GRUPO DIA

2.1 Riesgos relacionados con el entorno macroeconómico, demográfico y político

El sector de la distribución es sensible a los cambios en las condiciones económicas y macroeconómicas (en los niveles de empleo, condiciones de mercado locales, disponibilidad de financiación, términos de los arrendamientos y otros gastos operativos) y los cambios demográficos y políticos.

La crisis económica ha tenido impacto negativo especialmente en los países maduros en los que el Grupo DIA opera: el aumento del desempleo, el descenso del consumo, la confianza del consumidor y la renta disponible, así como la volatilidad en los precios de las materias primas y del petróleo, afectan negativamente a las ventas y beneficios del Grupo DIA debido a la necesidad de reposicionar precios y llevar a cabo agresivas promociones. En particular, la restricción del crédito afecta directamente a la demanda de los consumidores. La reducción de la demanda y del gasto, así como el cambio en los hábitos de consumo (incremento del consumo de productos de marca propia, *light*, bio, etc.) pueden suponer un aumento de la presión sobre las ventas y márgenes del Grupo DIA, cuyos efectos negativos sobre los mismos pudieran no ser recuperables mediante un ajuste de costes.

Los mercados emergentes están particularmente sometidos a una serie de riesgos menos habituales en otro tipo de economías desarrolladas, que podrían tener un efecto negativo en la evolución del Grupo (riesgo de inestabilidad macroeconómica, potencial devaluación de la moneda, inestabilidad política y social, falta de seguridad jurídica, etc.).

El Grupo DIA no puede asegurar que el crecimiento en ingresos y beneficios que ha registrado en ejercicios pasados pueda mantenerse en el futuro, particularmente si las ventas se estabilizan o disminuyen como consecuencia del entorno macroeconómico.

2.2 Riesgo Regulatorio

Por su naturaleza geográficamente diversificada y variada, el negocio del Grupo DIA se encuentra sujeto a un amplio espectro de normativas (legislación laboral, medioambiental, fiscal, de protección de datos, del comercio minorista, relativa a franquicias, manipulación y seguridad de alimentos, competencia, etc.) en las distintas jurisdicciones en las que opera. Las diferencias entre los requisitos normativos aplicables en cada jurisdicción pueden implicar un importante desafío en términos operativos al requerir que el Grupo DIA adecúe su negocio a regímenes normativos diferentes.

En particular, los establecimientos comerciales del Grupo DIA deben contar con determinadas licencias otorgadas por las autoridades competentes de cada uno de los países en que desarrollan su negocio. La operativa del Grupo DIA podría verse asimismo afectada por cambios en la normativa que le resulta de aplicación y, en particular, por modificaciones en la regulación de horarios de apertura, construcción y apertura de nuevos establecimientos, fijación de precios e impuestos.

Aunque el Grupo DIA considera que cumple en todos los aspectos materiales con la normativa aplicable en las jurisdicciones en las que opera, no puede garantizar el cumplimiento de la totalidad de la misma en las diferentes jurisdicciones, ni su éxito en la adaptación de sus políticas y prácticas de empresa en todos los entornos. Cualquier incumplimiento de la normativa aplicable podría acarrear la imposición de multas, penalizaciones, sanciones administrativas e incluso potenciales sanciones de naturaleza penal.

En los países en los que el Grupo DIA opera existe normativa que impone plazos máximos de pago. La falta de cumplimiento con dichos plazos de pago podría suponer, entre otros, el pago de intereses de demora y reclamaciones por daños.

Por otro lado, y habida cuenta de la coyuntura económica por la que atraviesan los países maduros en la actualidad, caracterizada, entre otros aspectos, por el incremento del déficit público, es previsible que en el futuro se lleven a cabo ciertas reformas que den lugar a un aumento de la presión fiscal. En este sentido, es posible que el aumento del Impuesto sobre el Valor Añadido en España (o impuestos equivalentes en otras jurisdicciones en las que el Grupo DIA opera) aplicable a los productos que distribuye el Grupo DIA no pueda ser trasladado, en parte o en su totalidad, al cliente final vía precio y se traduzca por ello en mayor presión sobre los márgenes y resultados operativos del Grupo DIA. Asimismo, es posible que el aumento de otros impuestos a los que está sujeto el Grupo DIA puedan incrementar la estructura de costes del mismo o que dichos impuestos no puedan ser compensados con mayores márgenes, traduciéndose ello en una pérdida de rentabilidad, o que, pudiendo ser compensados, ello conlleve una pérdida de competitividad.

2.3 Riesgo derivado de la alta competitividad del sector

El sector de la distribución de productos alimenticios es altamente competitivo y la competencia en esta industria puede aumentar como consecuencia de la existencia de pocas barreras de entrada. En particular, el formato comercial de descuento en el que se enmarca la actividad del Grupo DIA se encuentra sometido a fuertes presiones competitivas por parte de grandes distribuidores internacionales. Sin embargo, y especialmente en el formato comercial de descuento, es importante mencionar que, dado que se trata de un negocio de volumen en el que el precio del producto es un componente de gran relevancia en la decisión de compra del consumidor, el tamaño de las empresas que operan en el sector es un factor importante en relación con el poder de negociación con proveedores. Generalmente, a mayor tamaño, mayor poder de negociación con proveedores y, por lo tanto, mayores posibilidades de obtener mejores precios de compra, repercutiendo éstos favorablemente sobre los márgenes de la compañía

y, por lo tanto, sobre la capacidad de la misma para ofrecer productos en el mercado a precios competitivos.

El Grupo DIA compite con una pluralidad de distribuidores nacionales e internacionales de todos los tamaños. Un aumento de la competencia podría presionar los precios a la baja y, como consecuencia, dar lugar a una disminución en los márgenes, lo que podría afectar negativamente a la situación financiera y resultados operativos del Grupo DIA. Igualmente, un aumento de la competencia podría obligar al Grupo a modificar su estrategia de crecimiento.

La competencia se manifiesta además en competencia para lograr los mejores precios locales comerciales y los términos más favorables en los contratos de compra o arrendamiento de los mismos.

2.4 Riesgo asociado a la capacidad para absorber el coste de la inflación

El Grupo está especializado en un sector de distribución en el que una variable fundamental a la hora de enfrentarse a otros competidores es el precio final del producto. La mayor o menor capacidad que posee a la hora de ofrecer un producto a un precio más atractivo que sus competidores dictamina la posibilidad de incrementar su mercado objetivo y su cuota de mercado. En un entorno de precios inflacionistas, el precio de los productos, servicios, aprovisionamientos, suministros, etc. se ve afectado al alza. Bajo este escenario, el Grupo puede verse obligado a reducir sus márgenes operativos con objeto de limitar el traslado al consumidor final de un aumento de precio, en aras de mantener un producto competitivo. Por contra, si el Grupo decide trasladar al consumidor final un aumento de precio, podría ver mermada su competitividad, la demanda de sus productos y su cifra de ventas frente a otros competidores.

2.5 Concentración de proveedores

Dadas las características del sector en el que opera el Grupo DIA, podría derivarse un riesgo de concentración de compras con ciertos proveedores suministradores de productos de marca reconocida y de difícil sustitución. A modo de ejemplo, en España, el mercado más importante del grupo DIA, las compras anuales a los cinco proveedores más significativos suponen aproximadamente un 17% del total de compras del 2010 en este país.

II. INFORMACIÓN SOBRE EL EMISOR (ANEXO I DEL REGLAMENTO (CE) N° 809/2004 DE LA COMISIÓN DE 29 DE ABRIL DE 2004)

1. PERSONAS RESPONSABLES

1.1 Identificación de las personas responsables del Documento de Registro

D. Ricardo Currás de Don Pablos, con DNI número 50.046.172 - N, en su calidad de presidente del consejo de administración y apoderado de DISTRIBUIDORA INTERNACIONAL DE ALIMENTACIÓN, S.A.U. ("**DIA**", la "**Sociedad**" o el "**Emisor**" y, conjuntamente con las sociedades que forman parte de su grupo a efectos de la normativa mercantil, el "**Grupo DIA**" o el "**Grupo**"), y en su nombre y representación, en virtud de las facultades expresamente conferidas por el consejo de administración de la Sociedad en fecha 25 de marzo de 2011, en ejercicio de la delegación conferida por la decisión del accionista único adoptada el 25 de marzo de 2011 asume la responsabilidad por el contenido de este Documento de Registro.

1.2 Declaración de las personas responsables del Documento de Registro

D. Ricardo Currás de Don Pablos, en nombre y representación de DIA declara que, tras comportarse con una diligencia razonable para garantizar que así es, la información contenida en el Documento de Registro es, según su conocimiento, conforme a los hechos y no incurre en ninguna omisión que pudiera afectar a su contenido.

2. AUDITORES DE CUENTAS

2.1 Nombre y dirección de los auditores del emisor para el período cubierto por la información financiera histórica (así como su afiliación a un colegio profesional)

KPMG Auditores, S.L. ("**KPMG**"), domiciliada en Paseo de la Castellana, 95, de Madrid, provista de N.I.F. número B-78510153 e inscrita en el R.O.A.C. con el número S0702 y en el Registro Mercantil de Madrid al Tomo 11.961, Folio 90, Sección 8, Hoja M-188007, inscripción 9ª, ha auditado las cuentas anuales individuales y los estados financieros consolidados de DIA correspondientes a los ejercicios terminados el 31 de diciembre de 2010, 2009 y 2008.

2.2 Si los auditores han renunciado, han sido apartados de sus funciones o no han sido redesignados durante el período cubierto por la información financiera histórica, deben revelarse los detalles si son importantes

KPMG no ha renunciado ni ha sido apartado de sus funciones durante el período cubierto por la información financiera histórica de este Documento de Registro.

DIA ha reelegido a KPMG como auditor de sus cuentas anuales individuales para los ejercicios 2011, 2012 y 2013, y asimismo ha nombrado a KPMG como auditor de las cuentas anuales consolidadas para los mismos ejercicios.

3. INFORMACIÓN FINANCIERA SELECCIONADA

3.1 Información financiera histórica seleccionada relativa al Emisor

A continuación se incluyen las cifras clave que resumen la situación financiera de DIA y su evolución durante el período cubierto por la información financiera histórica. Estas cifras se han obtenido de los estados financieros consolidados auditados del Grupo DIA para los ejercicios finalizados el 31 de diciembre de 2010, 2009 y 2008, que han sido preparados de acuerdo con las Normas Internacionales de Información Financiera adoptadas por la Unión Europea ("NIIF-UE"), con la única finalidad de cumplir con la Directiva 2003/71/EC del Parlamento Europeo y del Consejo (Directiva de Folletos) en cuanto a la información histórica que debe incluirse en el Folleto, según los requisitos establecidos en el Anexo I del Reglamento (CE) No. 809/2004, de 29 de abril de 2004.

Principales magnitudes financieras de los Estados de situación financiera consolidados a 31 de diciembre de 2010, 2009 y 2008 preparado conforme a NIIF-UE

A continuación se presenta una tabla con las principales magnitudes de los Estados de situación financiera consolidados y ratios a 31 de diciembre de 2010, 2009 y 2008:

(miles de euros) (*)	2010	2009	2008	Var. 10-09	Var. 09-08
Activos no corrientes	2.141.522	2.165.102	2.168.752	-1,1%	-0,2%
Total activo	3.253.388	3.278.415	3.344.023	-0,8%	-2,0%
Total activo/Patrimonio neto (veces)	7,7	4,1	4,5	3,6	-0,4
ROA (1)	3,6%	3,6%	2,2%	-	1,4
ROE (2)	27,7%	14,6%	10,0%	13,1	4,6
Patrimonio neto	422.489	804.863	744.710	-47,5%	8,1%
Total deuda financiera (3)	568.453	243.608	324.840	n/a	n/a
Deuda financiera neta (4)	251.611	(7.170)	20.161	n/a	n/a
% de endeudamiento (5)	37,3%	-1,0%	3,0%	38,3	-4,0
Deuda financiera neta/EBITDA (veces EBITDA) (6)	0,56x	-0,02x	0,06x	0,58	-0,08
Deuda financiera neta/EBITDA ajustado cash (veces EBITDA ajustado cash) (7)	0,50x	-0,02x	0,05x	0,52	-0,07
Ratio de solvencia (8)	1,15	1,33	1,29	-0,18	0,04
Fondo de maniobra operativo (9)	(1.007.824)	(954.323)	(992.660)	5,6%	-3,9%
Días medios de inventario (10)	26	27	28	-1	-1
Periodo medio de cobro (días) (11)	7	5	7	2	-2
Periodo medio de pago a proveedores (días) (12)	82	80	86	2	-6
Total de dividendos distribuidos	532.000	75.000	70.000	n/a	7,1%
Beneficio neto diluido por acción (en euros) (13)	188	191	126	-1,6%	51,6%

(*) salvo que se indique lo contrario

- (1) ROA. "Return On Assets": Beneficio neto / Total activo, calculado a fecha de cierre de cada ejercicio.
- (2) ROE. "Return On Equity": Beneficio neto / Patrimonio neto, calculado a fecha de cierre de cada ejercicio.
- (3) Deuda financiera no corriente + Deuda financiera corriente
- (4) Deuda financiera no corriente + Deuda financiera corriente – Total Efectivos y otros activos líquidos equivalentes
- (5) Deuda financiera neta / (Deuda financiera neta + Total Patrimonio neto)
- (6) El "EBITDA" se define como el "Resultado de explotación" antes de "Resultados procedentes de inmovilizado" y "Amortizaciones y deterioro".
- (7) El "EBITDA ajustado cash" se define como el "Resultado de explotación" antes de "Resultados procedentes de inmovilizado", "Amortizaciones y deterioro", amortización de activos logísticos incluida en el epígrafe de la cuenta de resultados "Consumo de mercaderías y otros consumibles" y otros gastos e ingresos por reestructuración (incluidos en el epígrafe de "Gastos de explotación").
- (8) Total activo / (Pasivos no corrientes + Pasivos corrientes)
- (9) Existencias + Deudores comerciales y otras cuentas a cobrar - Acreedores comerciales y otras cuentas a pagar
- (10) Los días medios de inventarios se han calculado dividiendo el saldo de existencias a la fecha indicada entre los consumos del periodo pertinente, multiplicado por 365.
- (11) El periodo medio de cobro se ha calculado dividiendo el saldo a la fecha indicada de "Deudores comerciales y otras cuentas a cobrar" entre las ventas del periodo pertinente, multiplicado por 365.
- (12) El periodo medio de pago se ha calculado dividiendo el saldo a la fecha indicada de "Acreedores comerciales y otras cuentas a pagar" entre los consumos del periodo pertinente, multiplicado por 365.
- (13) Resultado consolidado atribuible a la sociedad dominante / n° de acciones

Una explicación detallada sobre las partidas que componen los Estados de situación financiera consolidados y los ratios se proporcionan en la sección 10.1 y 20.1.1 del presente Documento de Registro.

Principales magnitudes financieras de la Cuenta de Resultados consolidados a 31 de diciembre de 2010, 2009 y 2008 preparada conforme a NIIF-UE

A continuación se presenta una tabla con las principales magnitudes de la Cuenta de Resultados consolidados a 31 de diciembre de 2010, 2009 y 2008:

<i>(miles de euros)</i>	2010	2009	2008	Var. 10-09	Var. 09-08
Ventas	9.588.045	9.226.629	9.239.835	3,9%	-0,1%
EBITDA (6)	448.275	417.330	355.699	7,4%	17,3%
%sobre ventas	4,7%	4,5%	3,8%	0,2	0,7
EBITDA ajustado cash (7)	507.102	435.212	437.444	16,5%	-0,5%
% sobre ventas	5,3%	4,7%	4,7%	0,6	-
Resultado de explotación	138.043	175.438	143.484	-21,3%	22,3%
% sobre ventas	1,4%	1,9%	1,6%	-0,5	0,3
Beneficio neto	116.894	117.786	74.518	-0,8%	58,1%
% sobre ventas	1,2%	1,3%	0,8%	-0,1	0,5

(6) El "EBITDA" se define como el "Resultado de explotación" antes de "Resultados procedentes de inmovilizado" y "Amortizaciones y deterioro".

(7) El "EBITDA ajustado cash" se define como el "Resultado de explotación" antes de "Resultados procedentes de inmovilizado", "Amortizaciones y deterioro", amortización de activos logísticos incluida en el epígrafe de la cuenta de resultados "Consumo de mercaderías y otros consumibles" y otros gastos e ingresos por reestructuración (incluidos en el epígrafe de "Gastos de explotación").

Una explicación detallada sobre las partidas que componen la Cuenta de Resultados consolidados se proporciona en la sección 9.2 y 20.1.2 del presente Documento de Registro.

Principales datos operativos

A continuación se presenta el desglose del número de establecimientos y metros cuadrados de sala de venta entre establecimientos "CO-CO" y franquicias a 31 de diciembre de 2010, 2009 y 2008 y el número medio de empleados para los ejercicios 2010, 2009 y 2008:

	2010	2009	2008	Var 10-09	Var 09-08
Total número de establecimientos	6.373	6.094	5.880	4,6%	3,6%
"CO-CO"	4.303	4.471	4.524	-3,8%	-1,2%
Franquicias	2.070	1.623	1.356	27,5%	19,7%
Total metros cuadrados sala de venta (miles) (*)	2.647	2.551	2.425	3,8%	5,2%
"CO-CO" (miles)	1.983	2.050	2.013	-3,3%	1,8%
Franquicias (miles)	664	501	412	32,5%	21,6%
Número medio de empleados	45.489	46.883	46.641	-3,0%	0,5%

(*) La superficie donde están expuestos los productos para la venta hasta la línea de caja, se excluyen las oficinas, zonas de reserva y entrada hasta la línea de caja.

3.2 Si se proporciona información financiera seleccionada relativa a periodos intermedios, también se proporcionarán datos comparativos del mismo periodo del ejercicio anterior, salvo que el requisito para la información comparativa del balance se satisfaga presentando la información del balance final del ejercicio

La información financiera seleccionada intermedia consolidada del Grupo DIA presentada a continuación correspondiente al periodo finalizado a 31 de marzo de 2011 ha sido objeto de revisión limitada por KPMG. La información financiera seleccionada intermedia consolidada del Grupo DIA correspondiente al periodo de tres meses finalizado el 31 de marzo de 2010, no ha sido objeto de ningún tipo de auditoría o revisión por parte de los auditores de la Sociedad.

Estados de situación financiera consolidados y ratios

(miles de euros) (*)	31.03.11	31.12.10	Var. 11-10
Activos no corrientes	2.140.158	2.141.522	-0,1%
Total activo	3.180.541	3.253.388	-2,2%
Total activo/Patrimonio neto (veces)	7,5	7,7	-0,2
ROA (1)	4,4%	3,6%	0,8
ROE (2)	33,0%	27,7%	5,3
Patrimonio neto	425.077	422.489	0,6%
Total deuda financiera (3)	545.357	568.453	4,2%
Deuda financiera neta (4)	373.828	251.611	48,6%
% de endeudamiento (5)	46,8%	37,3%	9,5
Deuda financiera neta/EBITDA (veces EBITDA) (6)	0,80x	0,56x	0,24
Deuda financiera neta/EBITDA ajustado cash (veces EBITDA ajustado cash) (7)	0,71x	0,50x	0,21
Ratio de solvencia (8)	1,15	1,15	-
Fondo de maniobra operativo (9)	(881.141)	(1.007.824)	-12,6%
Días medios de inventario (10)	28	26	2
Periodo medio de cobro (días) (11)	8	7	1
Periodo medio de pago a proveedores (días) (12)	80	82	-2

(*) salvo que se indique lo contrario

- (1) ROA. "Return On Assets": Beneficio neto / Total activo, calculado a fecha de cierre de cada ejercicio. Para el cálculo a 31 de marzo de 2011 se ha tenido en cuenta el beneficio neto de los doce últimos meses, es decir el beneficio neto generado desde el 1 de abril de 2010 hasta el 31 de marzo de 2011.
- (2) ROE. "Return On Equity": Beneficio neto / Patrimonio neto, calculado a fecha de cierre de cada ejercicio. Para el cálculo a 31 de marzo se ha tenido en cuenta el beneficio neto de los doce últimos meses.
- (3) Deuda financiera no corriente + Deuda financiera corriente
- (4) Deuda financiera no corriente + Deuda financiera corriente – Total Efectivos y otros activos líquidos equivalentes
- (5) Deuda financiera neta / (Deuda financiera neta + Total Patrimonio neto)
- (6) El "EBITDA" se define como el "Resultado de explotación" antes de "Resultados procedentes de inmovilizado" y "Amortizaciones y deterioro".
- (7) El "EBITDA ajustado cash" se define como el "Resultado de explotación" antes de "Resultados procedentes de inmovilizado", "Amortizaciones y deterioro", amortización de activos logísticos incluida en el epígrafe de la cuenta de resultados "Consumo de mercaderías y otros consumibles" y otros gastos e ingresos por reestructuración (incluidos en el epígrafe de "Gastos de explotación"). Para el cálculo a 31 de marzo se ha considerado el EBITDA ajustado cash para los últimos doce meses.
- (8) Total activo / (Pasivos no corrientes + Pasivos corrientes)
- (9) Existencias + Deudores comerciales y otras cuentas a cobrar - Acreedores comerciales y otras cuentas a pagar
- (10) Los días medios de inventarios se han calculado dividiendo el saldo de existencias a la fecha indicada entre los consumos del periodo pertinente, multiplicado por 365 a 31.12.10 y por 90 a 31.03.11.
- (11) El periodo medio de cobro se ha calculado dividiendo el saldo a la fecha indicada de "Deudores comerciales y otras cuentas a cobrar" entre las ventas del periodo pertinente, multiplicado por 365 a 31.12.10 y por 90 a 31.03.11.
- (12) El periodo medio de pago se ha calculado dividiendo el saldo a la fecha indicada de "Acreedores comerciales y otras cuentas a pagar" entre los consumos del periodo pertinente, multiplicado por 365 a 31.12.10 y por 90 a 31.03.11.

Cuenta de Resultados consolidados

<i>(miles de euros)</i>	31.03.11	31.03.10	Var. 11-10
Ventas	2.317.316	2.251.011	2,9%
EBITDA (6)	86.501	67.354	28,4%
% sobre ventas	3,7%	3,0%	0,7
EBITDA ajustado cash (7)	99.037	80.355	23,2%
% sobre ventas	4,3%	3,6%	0,7
Resultado de explotación	19.707	(4.913)	n/a
% sobre ventas	0,9%	-0,2%	1,1
Beneficio neto	2.822	(20.586)	n/a
% sobre ventas	0,1%	-0,9%	1,0

(6) El "EBITDA" se define como el "Resultado de explotación" antes de "Resultados procedentes de inmovilizado" y "Amortizaciones y deterioro".

(7) El "EBITDA ajustado cash" se define como el "Resultado de explotación" antes de "Resultados procedentes de inmovilizado", "Amortizaciones y deterioro", amortización de activos logísticos incluida en el epígrafe de la cuenta de resultados "Consumo de mercaderías y otros consumibles" y otros gastos e ingresos por reestructuración (incluidos en el epígrafe de "Gastos de explotación").

Principales datos operativos

	31.03.2011	31.12.2010	Var. 11-10
Total número de establecimientos	6.404	6.373	0,5%
Establecimientos "CO-CO"	4.292	4.303	-0,3%
Franquicias	2.112	2.070	2,0%
Total metros cuadrados sala de venta (miles) (*)	2.651	2.647	0,2%
Establecimientos "CO-CO" (miles)	1.971	1.983	-0,6%
Franquicias (miles)	680	664	2,4%
Número medio de empleados	44.911	45.489	-2,0%

(*) La superficie donde están expuestos los productos para la venta hasta la línea de caja, se excluyen las oficinas, zonas de reserva y entrada hasta la línea de caja.

4. FACTORES DE RIESGO

Véase Sección I anterior relativa a los factores de riesgo del Grupo DIA.

5. INFORMACIÓN SOBRE EL EMISOR

5.1 Historial y evolución del Emisor

5.1.1 Nombre legal y comercial del Emisor

La denominación social de la Sociedad es "DISTRIBUIDORA INTERNACIONAL DE ALIMENTACIÓN, S.A.U.". La Sociedad opera comercialmente bajo la marca "Dia".

5.1.2 Lugar de registro del Emisor y número de registro

La Sociedad se encuentra inscrita en el Registro Mercantil de Madrid; inicialmente al tomo 2.063 general, folio 91, sección 3ª, hoja M-11.719 y actualmente al tomo 22.265, folio 75, sección 8ª, hoja M-183.762.

5.1.3 Fecha de constitución y período de actividad del Emisor, si no son indefinidos

La Sociedad se constituyó por tiempo indefinido con la denominación de Distribuidora Internacional de Alimentación, S.A., el día 24 de junio de 1966, mediante escritura otorgada ante el Notario de Madrid, D. Antonio Moxó Ruano, bajo el número 3.116 de orden de su protocolo.

El Código de Identificación Fiscal (CIF) de la Sociedad es A-28164754.

5.1.4 Domicilio y personalidad jurídica del Emisor, país de constitución, y dirección y número de teléfono de su domicilio social (o lugar principal de actividad empresarial si es diferente de su domicilio social)

(a) *Domicilio y número de teléfono*

El domicilio social de DIA está situado en la calle Jacinto Benavente 2A, Edificio Tripark, Parque Empresarial Las Rozas, Las Rozas, Madrid.

Su número de teléfono es el 91 398 54 00.

(b) *Personalidad jurídica*

DIA tiene nacionalidad española, forma jurídica de sociedad anónima unipersonal (si bien dejará de ser unipersonal en el momento en que sus acciones sean repartidas a los accionistas de Carrefour Société Anonyme, tal y como se explica en detalle en el apartado 18.1 posterior) y se rige, en consecuencia, por la Ley de Sociedades de Capital, cuyo texto refundido fue aprobado por el Real Decreto Legislativo 1/2010, de 2 de julio y demás legislación complementaria.

Su unipersonalidad fue declarada en virtud de escritura otorgada el día 31 de enero de 2007 ante el Notario de Madrid D. José G. de Rivera Rodríguez, bajo el número 279 de orden de su protocolo.

El objeto social de la Sociedad se establece en el artículo 2   de sus estatutos sociales, cuyo tenor literal es el siguiente:

"1. La Sociedad tiene por objeto la realización de las siguientes actividades, tanto en territorio nacional como extranjero:

- (a) La comercialización al por mayor o al por menor en el mercado interno y externo de productos del ramo de alimentación y de cualesquiera otros productos destinados al consumo.*
- (b) La prestación de servicios de colaboración empresarial de todo tipo para la comercialización de productos y servicios de telecomunicaciones, y muy especialmente de telefonía, mediante la conclusión de los oportunos acuerdos con las compañías habilitadas para el suministro y distribución de todos estos productos y servicios. Dicha colaboración incluirá en todo caso y en la medida permitida por la legislación aplicable la comercialización de los referidos productos y servicios de telecomunicaciones.*
- (c) La realización de actividades relacionadas con la comercialización y/o la venta a través de internet o cualesquiera medios telemáticos de toda clase de productos y servicios de lícito comercio, y en especial productos de alimentación, del hogar y pequeños electrodomésticos, productos multimedia, informáticos, artículos de fotografía, telefonía y productos de imagen o sonido, así como la prestación de toda clase de servicios a través de internet o cualesquiera otros medios telemáticos.*
- (d) La realización de actividades propias de las agencias de viajes, tanto mayoristas como minoristas, incluyendo, entre otras, la organización y venta de los denominados viajes combinados.*
- (e) La actividad de distribución al por menor de productos petrolíferos así como la explotación de estaciones de servicio y el comercio al por menor de carburantes y combustibles de venta al público.*
- (f) La adquisición, tenencia, disfrute, gestión, administración y enajenación de valores representativos del capital de entidades residentes y no residentes en territorio español, mediante la correspondiente organización de medios materiales y personales.*
- (g) La dirección, coordinación, asesoramiento y apoyo a sociedades participadas o aquellas sociedades con las que colabore en virtud de relaciones contractuales como contratos de franquicia y similares.*
- (h) La realización de actividades de depósito y almacenaje de toda clase de mercancías y productos, tanto para la Sociedad como para otras empresas.*

2. La Sociedad podrá desarrollar las actividades integrantes del objeto social ya sea de forma directa o indirecta, mediante la titularidad de acciones o de participaciones en sociedades con objeto idéntico o análogo, o mediante cualesquiera otras fórmulas admitidas en Derecho.

3. *Si las disposiciones legales exigiesen para algunas de las actividades del objeto social descrito en el párrafo anterior algún título profesional, autorización administrativa o inscripción en los Registros Públicos, dichas actividades deberán desarrollarse por personas que ostenten la titulación exigida, y no podrán iniciarse hasta que se hayan cumplido los requisitos administrativos exigidos u obtenidas las licencias preceptivas.*
4. *En cualquier caso, quedan excluidas del objeto social aquellas actividades para cuyo ejercicio la ley exija requisitos especiales que no cumpla la Sociedad."*

5.1.5 **Regulación conforme a la que opera el Emisor**

Las actividades del Grupo DIA están sujetas a las distintas legislaciones de carácter general de los países en los que tiene presencia y desarrolla sus actividades. Estas actividades no se enmarcan en sectores regulados, a excepción de las actividades relacionadas con las telecomunicaciones y las entidades de crédito, desarrolladas con carácter residual en España.

A continuación se identifica la normativa más relevante aplicable a las actividades del Grupo DIA en España (país en el que el Grupo tiene un mayor peso en volumen de ventas), así como un breve resumen de la regulación relativa al comercio minorista aplicable al Grupo en el resto de países en los que tiene presencia.

I. España

(a) Actividad principal

La actividad principal del Grupo DIA consiste en la distribución comercial mediante la apertura y explotación de establecimientos de venta en régimen de autoservicio, esto es, establecimientos dedicados a la venta de productos de consumo cotidiano, básicamente alimentación y droguería, de los que el cliente se abastece directamente, pudiendo también incluir secciones atendidas con el sistema de venta personalizada.

Regulación relativa al comercio minorista

Se trata de una actividad sujeta a la normativa aplicable en materia de comercio interior. Desde el punto de vista de la distribución de competencias entre el Estado y las Comunidades Autónomas debe tenerse en cuenta que todas las Comunidades Autónomas han asumido competencia exclusiva en materia de comercio interior, sin perjuicio de las competencias exclusivas del Estado en la regulación de las condiciones básicas que garanticen la igualdad de todos los españoles en el ejercicio de sus derechos y en el cumplimiento de los deberes constitucionales, legislación mercantil y bases y coordinación de la planificación general de la actividad económica. En este sentido y a la hora de analizar el régimen jurídico aplicable a la actividad de distribución comercial que desarrolla el Grupo DIA en sus distintos aspectos habría que tener en cuenta la normativa básica estatal que resulte de aplicación así como la normativa de las distintas Comunidades Autónomas en las que tenga presencia, no existiendo diferencias

sustanciales en la legislación de unas Comunidades Autónomas respecto de otras que puedan restringir el ejercicio de las actividades de DIA.

Debe señalarse que la regulación del comercio minorista ha sido recientemente objeto de modificaciones sustanciales, como consecuencia de la trasposición al Ordenamiento jurídico español de la Directiva 2006/123/CE del Parlamento Europeo y del Consejo de 12 de diciembre de 2006 relativa a los servicios en el mercado interior (la "**Directiva de Servicios**"). A nivel estatal, la trasposición de esta Directiva supuso la adopción de la Ley 1/2010, de 1 de marzo, de reforma de la Ley 7/1996, de 15 de enero, de Ordenación del Comercio Minorista, que tiene carácter básico. Por su parte, las distintas Comunidades Autónomas han modificado sus correspondientes normas reguladoras del comercio minorista a efectos de adaptarlas a lo prevenido en la Directiva de Servicios. Esta nueva regulación se inspira en el principio de libertad de empresa y tiene por finalidad facilitar el libre establecimiento de servicios de distribución comercial y su ejercicio, a través de los diferentes formatos comerciales, garantizando que las necesidades de los consumidores sean satisfechas adecuadamente. Se considera que el modelo comercial español se caracteriza por una elevada densidad comercial (establecimientos por habitante). La modificación que se acomete mediante la trasposición de la Directiva de Servicios persigue incrementar el valor que genera la distribución comercial mediante la liberalización de la prestación de los servicios y la supresión de cargas para las empresas.

La Ley 7/1996, de Ordenación del Comercio Minorista tiene como objetivo establecer el régimen jurídico general del comercio minorista, así como regular determinadas ventas especiales y actividades de promoción comercial, sin perjuicio de las leyes dictadas por las Comunidades Autónomas en el ejercicio de sus competencias en la materia. Se entiende por comercio minorista aquella actividad desarrollada profesionalmente con ánimo de lucro consistente en ofertar la venta de cualquier clase de artículos a los destinatarios finales de los mismos, utilizando o no un establecimiento.

En su actual redacción, esta Ley establece como principios básicos, entre otros, la libertad de empresa, la libre circulación de bienes, la libertad de establecimiento y la libertad de precios.

En efecto, dispone expresamente la Ley que la actividad comercial se ejerce bajo el principio de libertad de empresa y en el marco de la economía de mercado, principio consagrado en el artículo 38 de la Constitución.

También reconoce, como se dijo, la libre circulación de mercancías dentro del territorio español, de conformidad con lo establecido en el artículo 139.2 de la Constitución, según el cual ninguna autoridad podrá adoptar medidas que directa o indirectamente obstaculicen la libertad de circulación y establecimiento de las personas y la libre circulación de bienes en todo el territorio español. En este sentido, la Ley 7/1996 dispone que las distintas Administraciones Públicas adoptarán las medidas adecuadas para evitar que la libertad de circulación de los bienes resulte falseada.

En cuanto a la libertad de precios, la Ley señala que los precios de venta de los artículos serán libremente determinados y ofertados con carácter general de acuerdo con lo dispuesto en la legislación de defensa de la libre y leal

competencia, con las excepciones establecidas en las leyes especiales. Esto no obstante, el Gobierno del Estado, previa audiencia de los sectores afectados, podrá fijar los precios o los márgenes de comercialización de determinados productos, así como someter sus modificaciones a control o a previa autorización administrativa, en los siguientes casos:

- (i) cuando se trate de productos de primera necesidad o de materias estratégicas;
- (ii) cuando se trate de bienes producidos o comercializados en régimen de monopolio o mediante concesión administrativa;
- (iii) como medida complementaria de las políticas de regulación de producciones o de subvenciones u otras ayudas a empresas o sectores específicos; y
- (iv) excepcionalmente y mientras persistan las circunstancias que aconsejen la intervención, cuando, en un sector determinado, se aprecie ausencia de competencia efectiva, existan obstáculos graves al funcionamiento del mercado o se produzcan situaciones de desabastecimiento.

Hasta la fecha del presente Documento de Registro y en relación con la actividad del Grupo DIA, el Gobierno del Estado no ha adoptado ninguna de estas medidas.

La Ley prohíbe la venta a pérdida excepto en los supuestos de ventas de saldos y ventas en liquidación, siempre que, en estos dos supuestos, no se afecte a la competencia.

Finalmente, se reconoce la libertad de establecimiento comercial indicando que la utilización legítima del suelo para la instalación de establecimientos comerciales constituye una facultad que se ampara en el principio de libertad de empresa y que los poderes públicos protegerán la libre iniciativa empresarial para la instalación y acondicionamiento de los establecimientos comerciales en el marco de lo dispuesto en la legislación vigente.

Con respecto a la libertad de establecimiento y como consecuencia de la trasposición de la Directiva de Servicios, se establece que, con carácter general, la instalación de establecimientos comerciales no estará sujeta a régimen de autorización comercial. Ello no obstante, las Comunidades Autónomas podrán establecer un procedimiento que sujete la instalación de establecimientos comerciales a autorización cuando concurran razones imperiosas de interés general relacionadas con la distribución comercial, como la protección del medio ambiente y del entorno urbano, la ordenación del territorio y la conservación del patrimonio histórico y artístico, y así se motive suficientemente en la ley que establezca dicho régimen. En todo caso, los requisitos y los criterios de concesión de la autorización deberán ser proporcionados, no discriminatorios, claros e inequívocos, objetivos, hechos públicos con antelación, transparentes y accesibles, sin que en ningún caso puedan establecerse requisitos de naturaleza económica que supediten la concesión de la autorización a la prueba de la existencia de una necesidad económica o demanda en el mercado. Estas autorizaciones serán libremente transmisibles por su titular, si bien la transmisión deberá ser

comunicada a la Administración concedente a los meros efectos de su conocimiento.

Así pues, en relación a la apertura y explotación de establecimientos de venta en régimen de autoservicio, incluyendo su ampliación y transmisión, se encuentra sujeta a lo que establezca la normativa que en materia de comercio interior se haya aprobado en cada una de las Comunidades Autónomas donde el Grupo DIA haya implantado o decida implantar sus establecimientos, junto con lo establecido en la normativa estatal de carácter básico.

En cuanto a los establecimientos comerciales implantados antes de la transposición de la Directiva de Servicios, éstos deben contar con las correspondientes licencias comerciales en los términos de la normativa vigente en el momento de su implantación, ampliaciones sucesivas, transmisión y cambios de titularidad, en su caso.

Regulación en materia de licencias de actividad o ambientales

Todos los establecimientos del Grupo DIA dedicados a la venta en régimen de autoservicio están sujetos a la obtención, con carácter previo al inicio de su explotación, de las correspondientes licencias ambientales (las antiguas licencias de actividad) y de puesta en funcionamiento a otorgar por el Ayuntamiento del municipio donde se localicen. La obligación de obtener estas licencias resulta de la normativa aplicable en materia de régimen local estatal y autonómica, intervención integral de la administración ambiental y urbanismo.

El antiguo Reglamento de actividades molestas, insalubres, nocivas y peligrosas aprobado por Decreto 2414/1961, de 30 de noviembre, sólo continúa vigente en aquellas Comunidades y Ciudades Autónomas que no hayan aprobado normativa en esta materia. Si la han aprobado, habrá que estar a lo que establezca la normativa pertinente en cada Comunidad Autónoma. El incumplimiento de la obligación de obtener la correspondiente licencia de actividad o ambiental, tanto para la actividad inicial como para las eventuales modificaciones sustanciales de la misma, puede dar lugar al cierre del establecimiento de que se trate.

En aquellos supuestos en los que se exija licencia comercial por la regulación autonómica, ésta deberá obtenerse con carácter previo a la obtención de la correspondiente licencia ambiental municipal. En cualquier caso, habrá que estar a lo que dispongan tanto la normativa autonómica en materia de comercio minorista como la relativa a protección ambiental para analizar cómo se coordinan los distintos procedimientos.

Regulación relativa a consumidores y usuarios y otros

Esta actividad de distribución comercial está también sujeta a la normativa reguladora de la protección de consumidores y usuarios aprobada tanto a nivel estatal, como por cada una de las distintas Comunidades Autónomas en el ámbito de sus competencias.

En concreto, en el ámbito estatal, el Grupo DIA en España debe cumplir lo establecido en el Texto Refundido de la Ley General para la Defensa de los Consumidores y Usuarios y otras Leyes Complementarias, aprobado por Real

Decreto Legislativo 1/2007, de 16 de noviembre, así como también lo prevenido por la Ley 34/1988, de 11 de noviembre, General de Publicidad y la Ley 3/1991, de 10 de enero, de Competencia Desleal, recientemente modificadas por la Ley 25/2009, de 22 de diciembre, comúnmente llamada "Ley Omnibus", de diversas leyes para su adaptación a la Ley sobre el libre acceso a las actividades de servicios y su ejercicio.

Con carácter adicional, las actividades del Grupo DIA están sometidas a determinada normativa estatal, autonómica o local, según el caso, principalmente en materia de medioambiente y técnico-sanitaria.

(b) **Otras actividades**

El Grupo DIA también actúa en España como entidad de crédito a través de Finandia, E.F.C., S.A.U., financiando mensualmente el pago de las compras a través de la tarjeta "ClubDIA".

Finandia, E.F.C., S.A.U. está sujeta a la normativa aplicable a las entidades de crédito, entre la que cabe destacar la Ley 26/1988, de 29 de julio, de Disciplina e Intervención de las Entidades de Crédito; la Disposición Adicional Primera de la Ley 3/1994, de 14 de abril, por la que se adapta la legislación española en materia de entidades de crédito a la Segunda Directiva de la Comunidad Europea de Coordinación Bancaria 89/646/CEE e introduce otras modificaciones relativas al sistema financiero de la Comunidad Europea; el Real Decreto 692/1996, de 26 de abril, por el que se desarrolla el régimen jurídico de los establecimientos financieros de crédito, así como diversas Circulares del Banco de España.

Desde el punto de vista de los servicios de pago, Finandia, E.F.C., S.A.U. también se ve afectada por la Ley 16/2009, de 13 de noviembre, de Servicios de Pago, por la que se transpone al ordenamiento jurídico español la Directiva 2007/64/CEE, del Parlamento y del Consejo, de 13 de noviembre de 2007, sobre la misma materia y demás normativa de desarrollo.

II. Regulación relativa al comercio minorista en el resto de países en los que el Grupo DIA tiene presencia

(a) **Portugal**

En este país, no existe un único cuerpo normativo que regule el comercio minorista, sino diversas normas nacionales que afectan a los diferentes aspectos de su regulación. Entre los principios más importantes de esta regulación podemos citar:

- (i) Toda la información incluida en anuncios, etiquetado, envasado y en cualquier material relativo a la publicidad y venta de productos deberá realizarse en portugués, incluyéndose información suficiente acerca del producto y sus condiciones de venta, así como sobre los impuestos que se le aplican;
- (ii) Existe un periodo de garantía de 2 años contados desde la fecha de entrega del producto a los consumidores, así como un régimen de responsabilidad de producto defectuoso;

- (iii) Existen reglas aplicables a las condiciones generales de la contratación con consumidores, a los efectos de evitar la imposición de cláusulas abusivas y de proteger al consumidor frente a términos no negociados excesivamente onerosos.

En lo que respecta al régimen de licencias aplicable, éste ámbito ha sido objeto de recientes reformas, en el marco de un programa denominado "Simplex", dirigido a mejorar la eficiencia y a simplificar los trámites administrativos.

En la actualidad, la normativa de referencia consiste en (i) el Decreto-Ley no. 21/2009, de 19 de enero, relativo al "régimen de licencias comerciales" necesario para operar y realizar modificaciones en establecimientos y puntos de venta; y (ii) el denominado régimen de "licencia cero", aplicable para operar y realizar modificaciones en establecimientos de alimentación, establecimientos no afectos al "régimen de licencias comerciales" y a almacenes, regulado por el Decreto-Ley no. 48/2011 de 1 de abril de 2011 (permaneciendo en vigor algunas disposiciones del antiguo Decreto-Ley no. 259/2007, de 17 de julio).

El "régimen de licencias comerciales" resulta de aplicación a Dia Portugal Supermercados, Sociedade Unipessoal Lda., siendo sus más importantes características las siguientes: (i) implica la necesidad de obtención de previa licencia para la apertura o modificación de supermercados con un área de ventas igual o superior a 2.000 metros cuadrados, o que pertenezcan a un grupo que ostente a nivel nacional una superficie de ventas superior a 30.000 metros cuadrados; (ii) en ocasiones se precisa, la previa aprobación del municipio correspondiente así como la obtención de una declaración de impacto ambiental; y (iii) la decisión final sobre concesión de la licencia corresponde al denominado Comité de Asesoramiento Comercial, que tiene en cuenta diferentes criterios, entre los cuales se encuentran los de la contribución del proyecto a la mejora del medio ambiente, y el desarrollo de una labor de responsabilidad social y laboral. Una vez obtenida la licencia mencionada, será necesario adicionalmente obtener la correspondiente licencia municipal para la construcción o modificación del establecimiento o punto de venta, de acuerdo con lo dispuesto en el Decreto Ley no. 555/99.

(b) **Francia**

La actividad de comercio minorista del Grupo DIA en Francia se ve afectada por una normativa variada, entre la que cabe destacar la normativa de competencia, protección de datos, disposiciones relativas a la salubridad de los productos, así como legislación relativa a horarios de apertura o medioambiental.

Por su importancia, cabe destacar la normativa de consumidores. La fijación de precios en el comercio minorista es libre, con la excepción de sectores en los que la determinación de los mismos viene regulada por decreto del Consejo de Estado, debido a la concurrencia de situaciones de monopolio, escasez de suministros, variación anormal de precios o alguna regulación especial.

También resulta destacable la prohibición de venta a pérdida, con excepción de ciertas épocas del año en las que se permite la venta a saldo o de circunstancias especiales en las que el precio de venta ha de concertarse con el precio legalmente aplicable a los mismos productos en la misma zona de ventas.

La actividad de comercio minorista está igualmente sujeta a otras reglas en materia de consumidores, como puede ser la obligación de información a estos últimos. En particular se ha de informar en lengua francesa acerca del precio y cualquier término y condición de venta que afecte al producto, así como de los términos de las promociones publicitarias y sobre la adecuación del producto a las debidas condiciones de seguridad. Resultan destacables a su vez, las prohibiciones relativas a la imposición de cláusulas abusivas a los consumidores.

Por lo que se refiere a autorizaciones, son necesarias para la creación, ampliación, concentración o reapertura de cierto tipo de establecimientos. En particular son necesarias para los proyectos de creación de tiendas con una superficie superior a 1.000 metros cuadrados.

Adicionalmente, existe una normativa muy específica en lo que se refiere a relaciones y acuerdos adoptados entre proveedores y distribuidores. Dichos acuerdos deben formalizarse por escrito anualmente, normalmente antes del 1 de marzo. En el correspondiente contrato habrán de recogerse las condiciones de venta fijadas en las negociaciones de las partes, teniendo en cuenta los términos y condiciones generales del proveedor, así como los servicios específicos de publicidad y promoción que en su caso el distribuidor preste al proveedor.

(c) **Argentina**

En este país, no existe un único cuerpo normativo que regule el comercio minorista, sino diversas normas nacionales, provinciales y municipales. Entre la regulación más destacable podemos citar:

- (i) la relativa a proveedores, regida por el Código de Comercio y caracterizada por el principio de libertad de forma de contratación;
- (ii) la Ley N° 24.240 de defensa del consumidor, que obliga a los proveedores de bienes (tales como el Grupo DIA) a: proveer a los consumidores información verdadera, detallada, precisa y suficiente acerca de los bienes ofrecidos en idioma nacional; ofrecer bienes a la venta acompañados del correspondiente manual; y proveer los bienes en los términos que surgen de las ofertas hechas a consumidores, los cuales resultan vinculantes.

Esta ley establece, entre otros, los siguientes principios: la interpretación de la misma a favor del consumidor en caso de dudas y la responsabilidad solidaria entre todos los integrantes de la cadena de consumo (fabricante, distribuidor, importador, vendedor, etc.), pudiendo el consumidor reclamar a todos o cualquiera de ellos por los daños sufridos a causa de bienes o servicios defectuosos, debiendo demostrar el demandado para exonerarse que la causa del daño le ha sido ajena.

- (iii) la Ley de lealtad comercial N° 22.802, que establece reglas en cuanto a la publicidad, rotulado de productos y condiciones de venta; y
- (iv) otras regulaciones que: (a) rigen los horarios de funcionamiento de los establecimientos; (b) regulan materias ambientales a nivel nacional, provincial y municipal; y (c) rigen en materia de depósito, transporte, distribución y venta de alimentos al consumidor, incluyendo, entre otras, las previstas en el Código Alimentario, venta de ciertos productos específicos (pescado, carne, etc.), licencia para la venta de bebidas alcohólicas y en materia de higiene.

Particularmente, en el año 2001, el gobierno de la provincia de Buenos Aires promulgó la Ley N° 12.573, que limita la expansión de las cadenas de distribución, permitiendo abrir un máximo de 3 establecimientos por municipio, en los casos de los municipios más poblados. Desde 2002 y 2004 existen restricciones similares en las provincias de Entre Ríos y Santa fe, respectivamente, donde el Grupo DIA ya contaba con algunos establecimientos. En estas regiones, el efecto de dicha regulación se ha visto contrarrestado por la apertura de establecimientos "FO-FO".

(d) **Brasil**

En este país no existe, en términos generales, normativa especialmente relevante en relación con el comercio minorista, más allá de la normativa de derecho privado general, así como de determinadas disposiciones que afectan a consumidores y usuarios. Salvo lo que a continuación se señala, la normativa relativa al comercio minorista aplicable en Brasil no es especialmente restrictiva.

En términos generales, el Código de Protección al Consumidor (Ley n° 8.078/90) regula el marco regulatorio aplicable en la relación entre consumidores y proveedores de productos al consumidor final, en cumplimiento del principio de orden económico que impera en la Constitución brasileña. Los derechos básicos de los consumidores bajo este régimen son los de: (i) salvaguarda de la vida, salud y seguridad frente a productos en venta; (ii) información adecuada y proporcionada sobre productos y servicios; (iii) protección frente a publicidad engañosa; (iv) protección contractual frente a cláusulas abusivas; y (iv) presunción a favor de los consumidores en procedimientos judiciales. Para garantizar estos derechos básicos, se exige a los comerciantes que realicen una presentación de productos y servicios correcta y clara y que presenten información en portugués acerca de las características del producto, calidad, cantidad, composición, precio, garantía y origen, así como especificación de cualquier riesgo que el mismo pudiese acarrear para la salud de los consumidores.

Hay que tener en cuenta adicionalmente que los proveedores de productos al consumidor final son siempre responsables en Brasil por los daños que sus productos causen a los consumidores, así como por defectos tanto de calidad o de cantidad que hicieran a los productos inadecuados para su consumo.

(e) **Turquía**

La actividad del Grupo DIA en Turquía se encuentra regulada por disposiciones normativas de nivel estatal y municipal, que afectan, entre otras materias, a la obtención de licencias y permisos, a la calidad de los productos, al envasado y etiquetado y a normas sobre distribución.

A nivel municipal, es de destacar la normativa aplicable a la obtención del permiso para abrir y operar establecimientos, que exige demostrar el título en virtud del cual opera dicho establecimiento (i.e. propiedad, derecho de arrendamiento) y, en su caso, el permiso de uso necesario sobre el local, entre otros requisitos. Las sanciones por la ausencia de estos permisos van desde la imposición de multas a la suspensión de la actividad en el local de que se trate.

Conviene destacar aquí también que para la realización de actividad de comercio minorista durante los 7 días de la semana, la normativa local exige la obtención de un permiso especial, así como la comunicación a los directorios provinciales del Ministro de Trabajo. Dicho permiso, una vez obtenido, ha de renovarse anualmente.

En lo que se refiere a los consumidores y a la puesta a la venta de productos, la normativa de referencia (Ley de Protección al Consumidor no. 4077 y Ley Técnica no. 4703) exige una serie de requisitos para garantizar un servicio de atención al consumidor eficiente, así como las condiciones mínimas de salubridad de los productos en venta.

(f) **China**

Salvo lo que a continuación se señala, la normativa relativa al comercio minorista aplicable en China no es especialmente restrictiva.

De acuerdo con el régimen legal chino (excluyendo Taiwan y las regiones de Hong Kong y Macao), cualquier compañía dedicada al comercio minorista, como el Grupo DIA, debe obtener con carácter previo los correspondientes permisos y licencias de las autoridades gubernamentales. Estos permisos y licencias son diferentes en función del tipo de producto que se distribuya (a modo de ejemplo, para la venta de productos de higiene se necesita el permiso de la Oficina de Higiene, y para la venta de libros, publicaciones, tabaco, medicinas, permisos de diferentes Oficinas de naturaleza similar).

Asimismo, resulta de relevancia la normativa referente a responsabilidad por producto defectuoso, la legislación de consumidores y usuarios y las normas sobre competencia.

5.1.6 Acontecimientos importantes en el desarrollo de la actividad del Emisor

A continuación se incluye una descripción de la historia y acontecimientos más importantes en el desarrollo de la actividad del Emisor.

1966 DIA se constituyó el día 24 de junio de 1966 en España como una sociedad anónima de duración indefinida.

1979 En la primavera de 1979, DIA abrió su primer establecimiento comercial en Madrid. Se trataba de un establecimiento de pequeña superficie que ofrecía al público un número limitado de productos a precios de descuento.

1984 En 1984 se creó la imagen corporativa de DIA.

En ese mismo año, DIA puso en el mercado el primer producto comercializado bajo la marca "Dia", un detergente para lavadora.

1985-1989 Tras la apertura de nuevos establecimientos en Madrid, la política de expansión del Grupo DIA en España se basó, durante este período, en la apertura de establecimientos en grandes ciudades (como Barcelona en 1985 y Sevilla en 1989), ofreciéndose un número mayor de productos (incluidos productos frescos) a precios de descuento en unas superficies comerciales de mayor tamaño.

1989 Tras la expansión nacional de la cadena y con el fin de reducir sus riesgos comerciales y financieros, se decide ofrecer a emprendedores la posibilidad de convertirse en franquiciados de la marca, recibiendo estos últimos un asesoramiento permanente de los profesionales que forman parte del Grupo DIA.

El primer establecimiento comercial bajo este formato se abrió en la población de Tarancón (Cuenca).

1990-1996 Durante este período, y tal y como se detalla a continuación, el Grupo DIA optó por incrementar su presencia en el territorio nacional y europeo.

Expansión nacional

La política de expansión del Grupo DIA en España se basó, durante este período, en la apertura de nuevos establecimientos y en la adquisición de sociedades que ya desarrollaban su misma actividad.

Entre estas últimas, destaca la adquisición en 1990 de la entidad Distribuciones Reus, S.A., posteriormente absorbida por DIA, lo que supuso la integración de más de 500 establecimientos comerciales, la mayoría de ellos ubicados en la mitad norte peninsular.

Durante esta etapa, DIA introdujo en España un nuevo concepto de establecimiento comercial alternativo a sus establecimientos tradicionales, los denominados "DIA Parking", esto es, establecimientos de mayor superficie con aparcamiento situados en la periferia.

Expansión europea

A nivel europeo, el Grupo DIA abrió establecimientos en los siguientes países:

- *Portugal*: el Grupo DIA abrió su primer establecimiento en 1993. En este país, el Grupo opera a través de su filial DIA Portugal Supermercados, Sociedade Unipessoal, Lda.; y
- *Grecia*: el Grupo DIA abrió su primer establecimiento en 1995, operando en dicho país a través de la entidad DIA Hellas Anonymi Etaireia Genikon Polisseon, Emporikon Ypiression kai Idryssis kai Organossis Emporikon Katastimaton ("**DIA Hellas A.E.**").

1997 En 1997, el Grupo DIA decide exportar su negocio y la marca "Dia" al continente americano, con lo que, en dicho año, adquiere la entidad argentina "Dispensas Sudamericanas, S.A." (hoy, DIA Argentina S.A.), abriendo su primer establecimiento comercial en Buenos Aires (Argentina).

1998-2004 Durante el período de referencia, el Grupo DIA realizó numerosas inversiones y operaciones a nivel internacional, siendo de destacar las siguientes:

Portugal

En 1998, el Grupo DIA adquirió la sociedad Companhia Portuguesa de Lojas de Desconto, S.A. (integrada el 22 de marzo de 2000 en DIA Portugal Supermercados, Sociedade Unipessoal, Lda.), incorporando al Grupo la red Minipreço y sus aproximadamente 125 establecimientos comerciales. Tras esta adquisición, el Grupo DIA unificó la totalidad de los establecimientos en Portugal bajo el nombre y logotipo "Minipreço".

Francia

En 1999 se produjo la fusión de dos grandes grupos de distribución franceses, Carrefour Société Anonyme (matriz a nivel mundial del grupo Carrefour) y Société Promodès, S.A. Ello supuso la integración de DIA, que desde 1978 hasta entonces pertenecía al grupo Promodès, en el grupo Carrefour.

Asimismo y en el año 2000, la gestión de ED (cadena de establecimientos que responde a los términos "Europa Discount" y que fue creada en 1978 por Radar y el grupo Carrefour), fue vinculada al Grupo DIA, integrándose en este último los aproximadamente 500 establecimientos que la cadena ED poseía en Francia, en los que se introdujo la marca propia "Dia".

En ese mismo año, ED adquirió la sociedad Catteau (lo que supuso la integración de 33 establecimientos situados en la región del Norte); y en 2003, adquirió la sociedad Treff Marché (lo que supuso la integración de 44 establecimientos situados en la región del Este).

En 2004, se produjo la adquisición de ED por parte del Grupo DIA.

Turquía

El Grupo DIA abrió su primer establecimiento en Turquía en el año 1999, país en el que opera a través de la entidad Diasa Dia Sabanci Supermarketleri Ticaret Anonim Sirketi, de cuyo capital ostenta un 60%.

Brasil

El Grupo DIA comenzó a operar en Brasil en 2001 a través de su filial DIA Brasil Sociedad Limitada, abriendo en dicho año su primer establecimiento, concretamente en la región de Sao Paulo (donde se concentra su actividad).

China

El Grupo DIA abrió sus primeros establecimientos en China en 2003 (concretamente en Shanghai y Pekín), país en el que tiene presencia a través de 3 entidades chinas, esto es, Beijing DIA Comercial Co. Ltd., Shanghai DIA Retail Co. Ltd. y DIA Tian Tian (Shanghai) Management Consulting Service & Co. Ltd. (una sociedad dedicada a la consultoría financiera, comercial y de propiedad intelectual).

**2005-
2011**

La búsqueda de nuevas fórmulas de aproximación y adaptación a las necesidades de los clientes condujo al Grupo DIA a rediseñar su concepto de establecimiento comercial, ideando dos nuevos formatos, esto es, "DIA Market" y "DIA Maxi". Estos dos nuevos formatos (detallados en el apartado 6.1.1.II.A).1 posterior) han ido instaurándose, durante este período y con carácter general, en los países en los que el Grupo DIA tiene presencia.

A nivel español y durante este período, la política de expansión del Grupo DIA se basó, además de en la apertura de nuevos establecimientos y en la adquisición de activos, en la adquisición de sociedades dedicadas a su misma actividad. Entre estas últimas, destaca la adquisición en julio de 2007 de la sociedad Plus Supermercados, S.A. y su sociedad dependiente Tengermann Iberia, S.L. (actual y respectivamente, Twins Alimentación, S.A.U. y Pe-Tra Servicios a la Distribución, S.L.U.) al grupo alemán Tengermann, lo que supuso la integración de 253 nuevos establecimientos y una superficie de sala de ventas de 170.000 metros cuadrados.

Por otro lado y respecto del resto de países en los que el Grupo DIA tiene presencia, a continuación se detallan los acontecimientos más relevantes del periodo:

Francia

En 2005, el Grupo DIA adquirió la sociedad Penny Market, lo que supuso la integración de 106 establecimientos ubicados en el norte del país.

En el año 2009, el Grupo DIA decidió transformar de forma completa el parque de establecimientos ED (tanto "CO-CO" –*Company Owned, Company Operated*– como "CO-FO" –*Company Owned, Franchise Operated*–) en "Dia", proceso que se tiene previsto que finalice en 2012.

El 2 de mayo de 2011 la entidad ED SAS, filial de DIA al 100%, adquirió de Carrefour Société Anonyme la totalidad del capital social de la sociedad Erteco SAS. Esta sociedad, además de ser titular de la marca "ED" y licenciataria de la marca "Dia" en Francia, es propietaria del 33,3% del capital social de Bladis, S.A., una sociedad que se encarga de desarrollar y explotar secciones de fruta y verdura en los establecimientos ED. Para más información sobre esta sociedad, véase el apartado 5.2 siguiente.

Grecia

En julio de 2010, el Grupo DIA dejó de tener presencia en Grecia, transmitiendo las acciones de DIA Hellas A.E. a una entidad del grupo Carrefour

Turquía

A finales de 2005, con la compra de una cadena local se incorporaron 48 establecimientos comerciales, suponiendo un rápido crecimiento y una ampliación del radio de operaciones en otras nuevas ciudades. Como consecuencia de esa adquisición se abrió el Centro Regional de Izmir y el segundo almacén en la región de Mármara. En el año 2006 se integraron operativamente y se incorporaron a los sistemas del Grupo DIA.

China

Tras la modificación introducida en 2004 en la normativa china permitiendo a empresas extranjeras entrar en el mercado chino sin necesidad de tener un socio local, DIA adquirió la participación de sus socios locales en las entidades Shanghai DIA Retail Co. Ltd. y Beijing DIA Comercial Co. Ltd., convirtiéndose desde 2006 y 2009 respectivamente, en titular al 100% de dichas entidades.

5.2 Inversiones

5.2.1 Descripción, (incluida la cantidad) de las principales inversiones del emisor por cada ejercicio para el período cubierto por la información financiera histórica hasta la fecha del documento de registro.

Las principales inversiones realizadas por el Grupo DIA en el periodo que comprende los ejercicios 2008 a 2010 corresponden, principalmente, y de manera recurrente, a la apertura de establecimientos, así como ampliaciones, mejoras y reformas realizadas para la adecuación de las mismas a las nuevas enseñas "DIA Maxi" y "DIA Market".

El importe total de la inversión en inmovilizado material e intangible del Grupo DIA durante los ejercicios 2010, 2009 y 2008 es de 290.041, 340.934 y 442.105 miles de euros, respectivamente y el total de inversión agregada del Grupo DIA durante los ejercicios 2010, 2009 y 2008 es de 292.189, 341.441 y 442.760 miles de euros, respectivamente, que se desglosa de la siguiente manera:

<i>(miles de euros)</i>	2010	2009	2008	Var. 10-09	Var. 09-08
Inversión en inmovilizado material	280.015	332.404	434.855	-15,8%	-23,6%
Terrenos	799	5.136	11.274	-84,4%	-54,4%
Construcciones	30.360	31.881	61.104	-4,8%	-47,8%
Instalaciones técnicas, maquinaria y otros activos fijos	248.856	295.387	362.477	-15,8%	-18,5%
Inversión en inmovilizado intangible	10.026	8.530	7.250	17,5%	17,7%
Fondo de Comercio	-	1.688	-	-100,0%	n/a
Otros activos intangibles	10.026	6.842	7.250	46,5%	-5,6%
Total inversiones en inmovilizado material e intangible	290.041	340.934	442.105	-14,9%	-22,9%
Otras inversiones contabilizadas aplicando el método de participación	-	500	-	-100,0%	n/a
Instrumentos de Patrimonio	2.148	7	655	n/a	-98,9%
Total inversión agregada	292.189	341.441	442.760	-14,4%	-22,9%

El desglose del total de inversión agregada por segmento es el siguiente:

<i>(miles de euros)</i>	2010	2009	2008	Var. 10-09	Var. 09-08
Iberia	111.791	188.481	296.613	-40,7%	-36,5%
Francia	118.253	83.139	90.603	42,2%	-8,2%
Países Emergentes	62.145	69.821	55.544	-11,0%	25,7%
Total inversión agregada	292.189	341.441	442.760	-14,4%	-22,9%

La variación de la inversión se debe principalmente a:

- Reducción del número de aperturas de establecimientos “CO-CO” en segmentos con un coste mayor, Iberia (España y Portugal) y Francia; 42 aperturas en 2010 frente a 57 en 2009. Si bien el número de aperturas en el segmento de países emergentes prácticamente se ha duplicado en 2010 frente a 2009 (Turquía ha sido el país en el que se ha realizado un mayor número de aperturas), el volumen de inversión por apertura es significativamente inferior.
- Adicionalmente, el número de establecimientos “CO-CO” que se han transformado a los nuevos formatos en el ejercicio 2010 ha sido de 453 establecimientos frente a los 538 establecimientos en el ejercicio 2009.

Las inversiones realizadas en el ejercicio 2009 han ascendido a 332.404 miles de euros, lo que representa una reducción de 102.451 miles de euros (23,6%) con respecto al ejercicio 2008 en el que ascendieron a 434.855 miles de euros.

Esta reducción se debe principalmente a:

- Una disminución del número de aperturas de nuevos establecimientos “CO-CO”, pasando de la apertura de 247 establecimientos en el ejercicio 2008 a 162 en el ejercicio 2009.
- Adicionalmente, a pesar de un incremento del número de establecimientos “CO-CO” transformados a los nuevos formatos (538 establecimientos en el ejercicio 2009 frente a 460 establecimientos en el ejercicio 2008) se ha incurrido en un coste menor, principalmente como consecuencia de: (i) los establecimientos de mayor superficie (y generalmente con un coste mayor) se transformaron en el ejercicio 2008 y (ii) la mayor eficiencia en el proceso de transformación gracias a la experiencia adquirida.

En este apartado se incluyen adicionalmente las inversiones en nuevos activos logísticos y en la remodelación de los existentes, principalmente enfocado a la optimización del abastecimiento a los establecimientos, que ha representado aproximadamente entre el 8% y el 10% de la inversión en inmovilizado material de los tres ejercicios.

Inversiones en inmovilizado intangible

a) Fondo de Comercio

El alta en este epígrafe está vinculado a la adquisición de tres establecimientos en Francia (1.341 miles de euros) y tres establecimientos en España por 347 miles de euros en el ejercicio 2009.

b) Otros activos intangibles

Las altas registradas en los ejercicios 2010, 2009 y 2008 corresponden, principalmente, a las inversiones realizadas en España y Francia en aplicaciones informáticas (2010: 5.244 miles de euros; 2009: 3.670 miles de euros; 2008: 3.671 miles de euros) y en derechos de traspaso en Francia para la apertura de nuevos establecimientos (2010: 4.529 miles de euros; 2009: 1.740 miles de euros; 2008: 1.114 miles de euros).

Otras inversiones contabilizadas aplicando el método de participación

El Grupo DIA tiene una participación del 50% en SAS Proved (sociedad que explota establecimientos en Francia) y en el ejercicio 2009 acude a la ampliación de capital por importe de 500 miles de euros, correspondiente al porcentaje de participación del Grupo DIA en dicha sociedad.

Instrumentos de Patrimonio

Hace referencia a las inversiones realizadas en Francia en sociedades propietarias de establecimientos; estas sociedades no se incluyen en la consolidación, considerando que el importe de la inversión es poco relevante.

Estas sociedades se encuentran relacionadas en la sección 25 del presente Documento de Registro.

Desinversiones

a) Bajas por transformaciones, ventas y cierres

El importe total de las desinversiones en inmovilizado material e intangible del Grupo DIA durante los ejercicios 2010, 2009 y 2008 se desglosa de la siguiente manera:

<i>(miles de euros)</i>	2010	2009	2008
Coste	(269.259)	(133.571)	(203.104)
Inmovilizado material	(260.789)	(126.277)	(192.426)
Inmovilizado intangible	(8.470)	(7.294)	(10.678)
Fondo de comercio	(327)	(6.018)	(8.842)
Otros activos intangibles	(8.143)	(1.276)	(1.836)
Bajas Amortización Acumulada	225.036	92.211	150.736
Inmovilizado material	217.425	91.037	149.141
Inmovilizado intangible	7.611	1.174	1.595
Valor Neto Contable	(44.223)	(41.360)	(52.368)
<i>Bajas netas en inmovilizado material</i>	(43.364)	(35.240)	(43.285)
<i>Bajas netas en inmovilizado intangible</i>	(859)	(6.120)	(9.083)

Las bajas del inmovilizado material producidas en todos los ejercicios incluyen principalmente elementos sustituidos por las transformaciones a los nuevos formatos “DIA Market” y “DIA Maxi” mencionados anteriormente y por cierres de establecimientos que afectan sobre todo a España y Francia.

- En España el efecto en el valor neto contable ha sido de 12.386, 16.414 y 17.305 miles de euros en los ejercicios 2010, 2009 y 2008, respectivamente.
- En Francia el efecto en el valor neto contable ha sido de 25.204, 10.878 y 13.422 miles de euros en los ejercicios 2010, 2009 y 2008, respectivamente. En el ejercicio 2010 el importe ha sido más significativo como consecuencia de la aceleración del plan a tres años de transformaciones de establecimientos del antiguo formato ED al formato DIA.

También cabe destacar, que durante el ejercicio 2008, la Sociedad dominante enajenó tres almacenes situados en San Antonio (Tarragona), Mallen (Zaragoza) y Orihuela (Alicante) generando una baja neta por 10.558 miles de euros y una plusvalía de 20.652 miles de euros.

Las bajas producidas en inmovilizado intangible corresponden principalmente a los ajustes de precio por combinaciones de negocio anteriores al 1 de enero de 2008. Concretamente en el ejercicio 2008, por el ajuste al precio de la adquisición de Twins Alimentación, S.A. y Petra Servicios a la Distribución, S.L. en España y en el ejercicio 2009 por la adquisición de Penny Market, S.A. en Francia.

b) Traspaso a activos para la venta

A continuación se relacionan los saldos de “Activos no corrientes mantenidos para la venta”, así como los “Pasivos directamente asociados con activos no corrientes mantenidos para la venta”:

<i>(miles de euros)</i>	2010	2009	2008
Activos no corrientes mantenidos para la venta	-	110.627	9.659
Pasivos directamente asociados con activos no corrientes mantenidos para la venta	(2.547)	(114.308)	(24.875)

En el ejercicio 2009 se traspasa del inmovilizado material e intangible a “Activos no corrientes mantenidos para la venta” por valor neto contable de 42.152 y 66 miles de euros, respectivamente. Este traspaso se engloba dentro de la reclasificación de los activos de la sociedad DIA Hellas A.E. al epígrafe de "Activos no corrientes mantenidos para la venta" en los estados de situación financiera consolidados, como consecuencia de la salida del perímetro de esta sociedad, que fue vendida al grupo Carrefour en el ejercicio 2010.

A continuación se relacionan la totalidad de activos y pasivos de la actividad interrumpida, clasificados como mantenidos para la venta al 31 de diciembre de 2009:

<i>(miles de euros)</i>	2009
Activos	
Inmovilizado material	42.152
Intangibles	66
Activos financieros no corrientes	1.630
Activos por impuesto diferido	769
Existencias	29.296
Deudores comerciales y otras cuentas a cobrar	19.019
Activos por impuestos corrientes	651
Otros activos financieros corrientes	682
Otros activos	335
Efectivo y otros activos líquidos equivalentes	14.955
Activos clasificados como mantenidos para la venta	109.555
Pasivos	
Deuda financiera no corriente	18
Provisiones	1.529
Acreedores comerciales y otras cuentas a pagar	102.144
Pasivos por impuesto diferido	954
Pasivos por impuestos corrientes	1.972
Otros pasivos	3.412
Pasivos asociados directamente con activos clasificados como mantenidos para la venta	110.029

En julio de 2010, se firmó un contrato privado de compraventa de acciones de la sociedad DIA Hellas A.E., entre Schoptis Holdings Ltd. (propietaria del 20%) y DIA (propietaria del 80%) como vendedores y Carrefour-Marinopoulos Société Anonyme of General Commerce, Exploitation of Commercial Installations, como compradora. En virtud de este contrato, DIA cesó su negocio en Grecia, vendiendo su participación en la referida compañía griega conjuntamente con Schoptis Holdings Ltd. y obtuvo por la transmisión de sus acciones 96.000 miles

de euros. La enajenación de las participaciones de la sociedad DIA Hellas, A.E. a Carrefour Marinopoulus A.E. ha producido un beneficio extraordinario por importe de 87.734 miles de euros, registrado en el epígrafe “Beneficio (pérdida) después de impuestos de las actividades interrumpidas” de la cuenta de resultados consolidados.

Por otra parte, el 9 de enero de 2008 el Grupo reconoció determinados activos y pasivos de establecimientos “CO-CO” como mantenidos para la venta correspondientes a las sociedades Twins Alimentación, S.A. y Petra, Servicios a la Distribución, S.L. en base a los acuerdos adoptados por el Comité de Dirección. La enajenación de prácticamente la totalidad de estos activos se llevó a cabo durante los ejercicios 2010, 2009 y 2008 generando una pérdida neta de 315, 748 y 4.639 miles de euros, respectivamente.

5.2.2

Descripción de las inversiones principales del emisor actualmente en curso, incluida la distribución de estas inversiones geográficamente (nacionales y en el extranjero) y el método de financiación (interno o externo).

a) Plan de inversiones en curso con distribución geográfica

El Grupo realiza sus inversiones en tres contextos: (i) aperturas de nuevos establecimientos y de nuevos almacenes, (ii) remodelación de los establecimientos existentes relacionada con la conversión de los establecimientos a los nuevos formatos comerciales "DIA Market" y "DIA Maxi" y remodelación de los activos logísticos existentes y (iii) otras inversiones, principalmente relacionadas con la adquisición de mobiliario y otras reformas realizadas en los establecimientos que no supongan un cambio de formato a "DIA Market" y "DIA Maxi", pero sí un incremento de su capacidad de generación de ingresos.

El presupuesto de inversión para el ejercicio 2011 está fijado en un rango de 300 a 350 millones de euros. Éste contempla las previsiones de inversión necesarias para atender a un crecimiento orgánico del Grupo, sin considerar crecimiento vía adquisiciones. La mencionada adquisición en el apartado *d) Adquisición de Erteco*, a continuación, está excluida del presupuesto de inversión.

Segmento Iberia: España y Portugal

El presupuesto de inversión para el ejercicio 2011 para este segmento es entre 100 y 125 millones de euros.

Las principales partidas incluidas en el presupuesto están relacionadas con: (i) el plan de transformación de aproximadamente 150 establecimientos existentes que aparecen bajo los formatos comerciales "DIA Urbana" y "DIA Parking" a los formatos "DIA Market" y "DIA Maxi", (ii) otras reformas de establecimientos que permitan incrementar la generación de ingresos de los mismos (ampliación de espacio útil, renovación del mobiliario, etc.) y (iii) la apertura de más de 20 establecimientos "CO-CO" en el año 2011.

Segmento Francia

El presupuesto de inversión para el ejercicio 2011 para este segmento es entre 100 y 125 millones de euros.

El plan contempla un presupuesto similar al del ejercicio anterior para seguir con el mencionado plan de transformaciones.

En el ejercicio 2009 el Grupo tomó la decisión de iniciar un plan de transformación a tres años, que se finalizará en el año 2012, con el objetivo de transformar todos los establecimientos ED (marca bajo la que el Grupo ha venido operando en Francia desde su adquisición en 1999 y posterior integración en el año 2000) a los formatos "DIA Maxi" y "DIA Market". El presupuesto del ejercicio 2011 contempla la transformación de más de 200 establecimientos, en línea con las transformaciones realizadas en el ejercicio 2010.

Adicionalmente el plan de inversión contempla la apertura de aproximadamente 10 establecimientos "CO-CO"

Segmento Países Emergentes: Argentina, Brasil, China y Turquía

El presupuesto de inversión para el ejercicio 2011 para este segmento es aproximadamente 100 millones de euros.

La principal partida presupuestaria irá destinada a la apertura de nuevos establecimientos “CO-CO”. Este segmento requiere unos niveles de inversión comparativamente inferiores al resto de segmentos, ya que prácticamente todas las variables tienen un coste inferior a su coste en los mercados maduros.

Los países emergentes en los que se va a incurrir en una inversión superior son:

- Turquía: Liderará el número de aperturas de establecimientos “CO-CO” en los Países Emergentes en 2011 (aproximadamente 150), ya que: (i) se ha detectado un gran potencial de crecimiento en regiones donde DIA no tiene presencia y (ii) el coste de aperturas de establecimientos “CO-CO” en alquiler es menor que en el resto de países en los que opera el Grupo DIA.
- Brasil: Se prevé la apertura de más de 25 establecimientos “CO-CO” y la entrada en un nuevo estado (Rio Grande do Sul) a finales de 2011.

b) Método de financiación del plan de inversiones en curso

El Grupo prevé acometer el presupuesto de inversión del ejercicio 2011 con los recursos propios de explotación generados en el ejercicio y con el préstamo sindicado descrito en la sección 10.

c) Inversiones en curso (Primer trimestre de 2011)

El importe total de la inversión agregada del Grupo DIA durante el periodo de tres meses finalizado el 31 de marzo de 2011 es de 77.393 miles de euros, que se desglosa de la siguiente manera:

<i>(miles de euros)</i>	31.03.11
Inversión en inmovilizado material	76.558
Terrenos	17
Construcciones	4.607
Instalaciones técnicas, maquinaria y otros activos fijos	71.934
Inversión en inmovilizado intangible	810
Fondo de Comercio	-
Otros activos intangibles	810
Total inversiones en inmovilizado material e intangible	77.368
Otras inversiones contabilizadas aplicando el método de participación	-
Instrumentos de Patrimonio	25
Total inversión agregada	77.393

El desglose del total de inversión agregada por segmento es el siguiente:

<i>(miles de euros)</i>	31.03.11
Iberia	27.208
Francia	39.822
Países Emergentes	10.363
Total inversión agregada	77.393

Las altas producidas en los tres primeros meses del 2011 incluidos en el inmovilizado material corresponden, principalmente, a las realizadas por las ampliaciones, mejoras y reformas para la adecuación de los establecimientos a las nuevas enseñas “DIA Maxi” y “DIA Market” llevadas a cabo en España por importe de 23.281 miles de euros y en Francia por la adecuación de los establecimientos del antiguo formato ED al formato DIA por importe de 39.383 miles de euros.

A continuación se presenta un resumen del número de aperturas, cierres de establecimientos, transformaciones a los nuevos formatos “DIA Market” y “DIA Maxi” y traspasos de establecimientos “CO-CO” a franquicia en el primer trimestre del ejercicio 2011.

	31.03.11	31.03.11
Total Grupo DIA		
<u>Establecimientos “CO-CO”</u>		<u>Iberia</u>
Aperturas	65	5
Cierres (*)	(17)	(1)
Transformaciones (**)	153	69
<u>Franquicias</u>		
Aperturas	40	4
Cierres (*)	(57)	(27)
Traspasos (***)	59	54
Variación neta total establecimientos	31	(19)
<u>Francia</u>		<u>Países Emergentes</u>
<u>Establecimientos “CO-CO”</u>		
Aperturas	1	59
Cierres (*)	(12)	(4)
Transformaciones (**)	58	26
<u>Franquicias</u>		
Aperturas	2	34
Cierres (*)	-	(30)
Traspasos (***)	3	2
Variación neta total establecimientos	(9)	59

(*) Estas cifras proceden, entre otros, de la renovación de establecimientos por razones de modernización de formatos (se trataría de establecimientos de tamaño reducido que no estarían adaptados a los nuevos formatos, sobre todo en España, donde la red de establecimientos es más antigua), y de la no renovación de contratos de franquicia, por falta de idoneidad de los correspondientes franquiciados.

(**) Transformaciones de formatos “DIA Urbana” a “DIA Market” y “DIA Parking” a “DIA Maxi”.

(***) Traspasos de “CO-CO” a “CO-FO”.

d) *Adquisición de Erteco*

El 2 de mayo de 2011 la sociedad ED (filial francesa perteneciente al Grupo DIA) recurrió a financiación corriente otorgada por el grupo Carrefour para acometer la adquisición del 100% del accionariado de Erteco SAS por importe de 40.000 miles de euros.

Esta sociedad es titular y tiene el know-how de la marca ED en Francia y es licenciataria de la marca DIA en Francia. Además tiene una participación del 33,3% de la sociedad Bladis, S.A. que gestiona las frutas y verduras en los establecimientos del Sur de Francia. Esta participación está valorada en 2.100 miles de euros (a 31 de diciembre de 2010) y se contabiliza por el método de puesta en equivalencia.

Erteco SAS no tiene otros activos relevantes salvo la cuenta corriente con ED SAS por importe de 35.225 miles de euros y sus fondos propios ascienden a 17.335 miles de euros a 31 de diciembre de 2010.

Erteco SAS generó un EBITDA y un beneficio neto positivo de 4.390 y 5.138 miles de euros respectivamente en el ejercicio 2010. El beneficio neto es superior al EBITDA principalmente como consecuencia del efecto de la puesta en equivalencia de Bladis, S.A.

5.2.3 **Información sobre las principales inversiones futuras del emisor sobre las cuales sus órganos de gestión hayan adoptado ya compromisos firmes.**

En la sección 13 del presente Documento de Registro siguiente se describen las principales líneas de actuación previstas y no comprometidas, al menos significativamente, para ejercicios futuros.

6. DESCRIPCIÓN DE LA EMPRESA

6.1 Actividades principales

6.1.1 Descripción y factores clave relativos al carácter de las operaciones del emisor y de sus principales actividades, declarando las principales categorías de productos vendidos y/o servicios prestados en cada ejercicio durante el período cubierto por la información financiera histórica.

I. Introducción genérica del Grupo DIA, su actividad y su red comercial

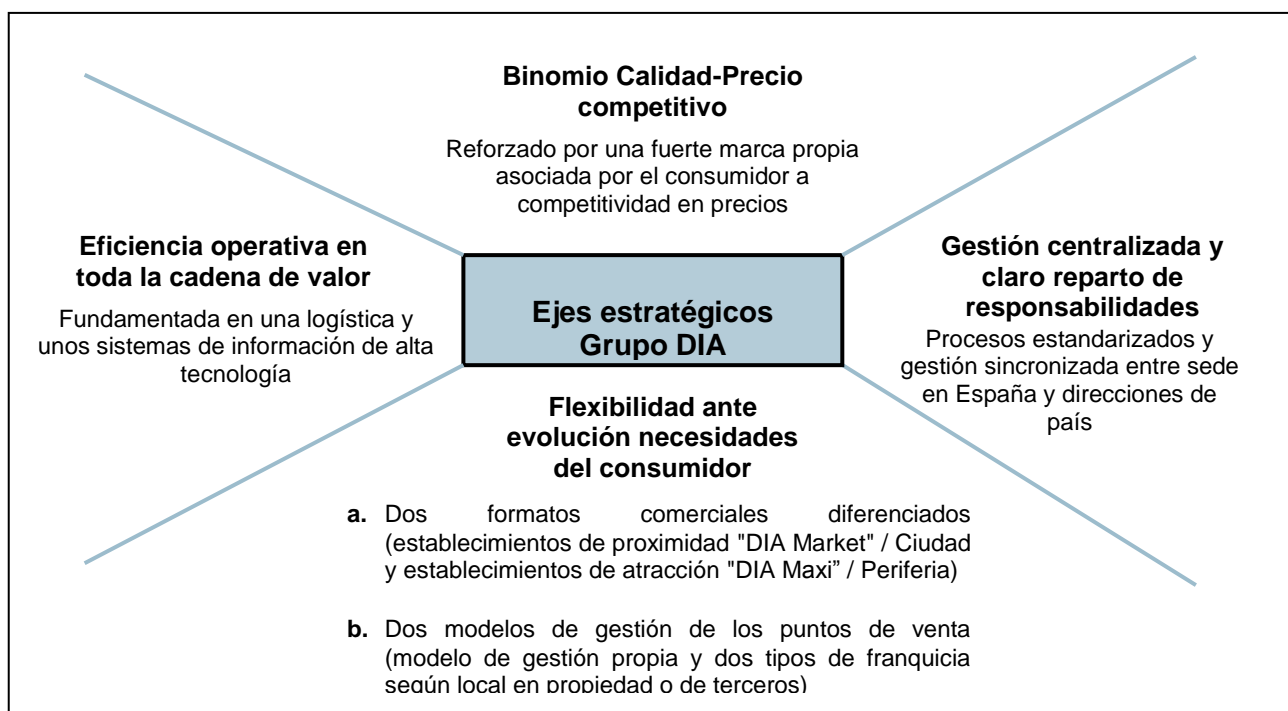
La actividad principal del Grupo DIA consiste, tanto en España como en el resto de países en los que tiene presencia, en la distribución comercial bajo el formato comercial de descuento mediante la apertura y explotación de establecimientos de venta en régimen de autoservicio, esto es, establecimientos dedicados a la venta de productos de consumo cotidiano, básicamente alimentación y droguería, de los que el cliente se abastece directamente, pudiendo incluir también secciones atendidas con el sistema de venta personalizada. El mencionado formato de descuento se ha caracterizado, tradicionalmente, por la oferta de un surtido de productos (fundamentalmente de alimentación) más reducido que en otras fórmulas comerciales, por un peso elevado de los productos de marca propia en sus ventas y por la prestación de unos servicios limitados a sus clientes (por ejemplo, no siendo posible la venta telefónica o por internet de sus productos). El objetivo de la utilización de este formato consistiría en ofrecer los mencionados productos a precios reducidos y conseguir así un elevado volumen de ventas para cada una de las referencias.

Además de productos de alimentación envasada, droguería y perfumería, el Grupo DIA ofrece en sus establecimientos, entre otros: productos frescos (como frutas, verduras, carne y pescado), elaborados cárnicos, productos de horno de pan y bollería, productos de bazar y textiles (ropa y calzado, menaje y eléctrico, papelería y juguetes) y servicio de recarga de telefonía móvil.

El Grupo DIA también actúa en España como entidad prestadora de servicio telefónico móvil y como entidad de crédito a través de su filial Finandía, E.F.C., S.A.U., financiando mensualmente el pago de las compras de sus clientes a través de la tarjeta "ClubDIA".

El Grupo DIA opera en tres áreas geográficas diferenciadas, Iberia (España y Portugal), Francia y países emergentes (Argentina, Brasil, Turquía y China), siendo Europa su mercado de referencia.

A continuación se reflejan los cuatro ejes principales en que se basa la estrategia competitiva del Grupo:



Fuente: Información - compañía, Figura - Elaboración propia

A continuación se refleja la evolución en el número total de establecimientos comerciales del Grupo DIA, propios o gestionados en régimen de franquicia, a 31 de diciembre de 2010, 2009 y 2008:

		Iberia		Francia	Países Emergentes				Total
		España	Portugal		Argentina	Brasil	Turquía	China	
Número de establecimientos comerciales	2010	2.766	539	936	448	408	890	386	6.373
	2009	2.815	524	928	416	376	675	360	6.094
	2008	2.796	498	914	410	327	613	322	5.880

Tabla 1: distribución de los establecimientos comerciales por países a 31 de diciembre de 2010, 2009 y 2008

A continuación se muestra cuál es el volumen de ventas totales que representa cada país para el Grupo DIA a 31 de diciembre de 2010, 2009 y 2008:

		Iberia		Francia	Países Emergentes				Total
		España	Portugal		Argentina	Brasil	Turquía	China	
Ventas (millones de euros)	2010	4.116	822	2.518	559	1.030	381	161	9.588
	2009	4.120	823	2.677	413	747	302	145	9.227
	2008	4.195	830	2.818	355	590	329	122	9.240

Tabla 2: volumen de ventas por cada país a 31 de diciembre de 2010, 2009 y 2008.

II. Descripción del negocio

A) ESTABLECIMIENTOS COMERCIALES

1. *Tipos de establecimientos comerciales*

En un primer momento, los establecimientos comerciales del Grupo DIA eran pequeños establecimientos situados en los núcleos de las ciudades. Éste es el concepto de establecimiento comercial llamado "DIA Urbana". Con posterioridad, el Grupo DIA ha desarrollado otro tipo de establecimientos comerciales con aparcamiento en su exterior, situados en las afueras de las ciudades. Éste es el concepto de establecimiento comercial llamado "DIA Parking".

Desde 2004 el Grupo está sustituyendo, en el ámbito de sus establecimientos de gestión propia en España, los modelos anteriores, mediante la incorporación de dos nuevas tipologías: (i) "DIA Market" para aquellos establecimientos comerciales que se encuentran en el centro de las ciudades (establecimientos comerciales de proximidad); y (ii) "DIA Maxi" para aquellos establecimientos comerciales situados en la periferia (establecimientos comerciales de atracción).

Dados los resultados alcanzados por dicha transformación en España, el Grupo DIA decidió exportar progresiva y paulatinamente, desde 2004 y a cada uno de los países en los que el Grupo tiene presencia, el mencionado proceso de transformación.

A corto y medio plazo, los objetivos operativos del Grupo DIA en este ámbito se van a cimentar en los dos pilares de actuación siguientes:

- Continuar, tal y como puede observarse en las tablas 3 y 4, con la evolución en el desarrollo del plan de transformación del formato comercial de establecimientos a los modelos "DIA Market" y "DIA Maxi", atendiendo a la consistencia de los resultados alcanzados desde su implementación, con una mejora en las ventas que oscila en términos medios para el Grupo DIA entre un 20 y un 30 % en el modelo "DIA Market" y entre un 10 y un 15 % en el modelo "DIA Maxi".

- Finalizar el proceso de conversión de establecimientos bajo enseña "ED" a "Dia" en Francia iniciado en 2009, cuya inversión por establecimiento durante 2010 y el primer trimestre de 2011 ha sido aproximadamente de 350 miles de euros, y cuya terminación está prevista para el 2012. Durante el primer año tras el inicio de la mencionada conversión se ha producido un incremento del EBITDA de más del 7% y un diferencial en el crecimiento de ventas de un 12,5% (-9% para los establecimientos "ED" y +3.5 % para los establecimientos "Dia"), y durante el segundo año se ha producido un incremento del EBITDA de hasta el 30%.

Estos objetivos del Grupo DIA se llevarán a cabo incrementando paulatinamente el número de establecimientos comerciales "DIA Maxi" y "DIA Market", bien mediante la apertura de nuevos establecimientos, o bien mediante la transformación de establecimientos comerciales que obedezcan a los formatos antiguos, siendo en el caso de Turquía y China, solamente aplicable a los establecimientos comerciales "DIA Market", pues el Grupo no cuenta en los mismos con establecimientos comerciales "DIA Maxi".

1.1 "DIA Market" (evolución del concepto anterior "DIA Urbana")



Los establecimientos comerciales "DIA Market" tienen una superficie aproximada de entre 400 y 700 metros cuadrados, donde se ofrece un surtido de unas 2.800 referencias.

En este tipo de establecimientos, además de la oferta tradicional de productos de alimentación envasada y droguería, se ha ampliado la sección de frutas y verduras, carnicería, charcutería, panadería y productos lácteos, se ha creado una sección de pescadería en murales de libre servicio y se han incorporado más arcones de congelados y productos de perfumería. Adicionalmente y para los establecimientos "DIA Market" situados en España, se ha ampliado su horario de apertura al público.

A continuación se refleja la evolución del número de establecimientos comerciales "DIA Market" y "DIA Urbana", gestionados directamente (modelo de gestión "CO-CO", tal y como se describe en el siguiente apartado) por el Grupo DIA, a 31 de diciembre de los últimos 3 años y la variación respecto al año anterior:

		2010	2009	2008	% 2010 / 2009	% 2009 / 2008
"CO-CO" (Company Owned – Company Operated)	Nº establecimientos comerciales "DIA Market"(*)	1.309	864	394	+ 51,5	+ 119,3
	Nº establecimientos comerciales "DIA Urbana"	1.688	2.262	2.803	-25,4	-19,3
	Totales	2.997	3.126	3.197	-4,1	-2,2

Tabla 3: evolución del número de establecimientos comerciales "DIA Market" y "DIA Urbana"

(*) Se han reclasificado 6 establecimientos en 2010 y 4 en 2009 de "DIA Market" a "DIA Maxi" en Brasil respecto al Informe de Gestión de 2010.

1.2 "DIA Maxi" (evolución del concepto anterior "DIA Parking")



El nuevo concepto "DIA Maxi" permite adaptar mejor la oferta y el nivel de servicio que se ofrece a los clientes caracterizados por hacer compras más grandes y con menor frecuencia, incluso llegando a desplazarse hasta el establecimiento comercial en vehículo, en comparación con los establecimientos comerciales de proximidad. Los establecimientos comerciales "DIA Maxi" tienen una superficie aproximada de entre 700 y 1.000 metros cuadrados, donde se ofrece un surtido con más de 3.500 referencias.

Se han reforzado las secciones de alimentación envasada y droguería (con una mayor amplitud de surtido, destacando productos de gran formato para potenciar un mayor volumen de compra), perecederos (con la ampliación de fruta y verdura, carne y pollo en murales de libre servicio) y panadería.

A continuación se muestra la evolución del número de establecimientos comerciales "DIA Maxi" y "DIA Parking", gestionados directamente por el Grupo DIA, a 31 de diciembre de los últimos 3 años y la variación respecto al año anterior:

		2010	2009	2008	% 2010/2009	% 2009/2008
"CO-CO" (Company Owned – Company Operated)	Nº establecimientos comerciales "DIA Maxi"(*)	813	595	437	+36,6	+36,2
	Nº establecimientos comerciales "DIA Parking"	493	750	890	-34,3	-15,7
	Totales	1.306	1.345	1.327	-2,9	+1,4

Tabla 4: evolución del número de establecimientos comerciales "DIA Maxi" y "DIA Parking"

(*) Se han reclasificado 6 establecimientos en 2010 y 4 en 2009 de "DIA Market" a "DIA Maxi" en Brasil respecto al Informe de Gestión de 2010.

2. Tipo de gestión

El régimen de explotación de los establecimientos comerciales del Grupo DIA ha experimentando una evolución desde el comienzo de las operaciones en España. En un primer momento los establecimientos comerciales de DIA eran explotados directa y exclusivamente por el Grupo DIA. Actualmente, el modelo de explotación de los establecimientos comerciales del Grupo DIA se basa en dos modelos diferenciales:

- Explotación directa por parte del Grupo DIA de establecimientos comerciales en los que el Grupo DIA ostenta la titularidad del correspondiente derecho de propiedad, contrato de arrendamiento o de derecho de superficie sobre el establecimiento de que se trate ("CO-CO", *Company Owned – Company Operated*); el importe medio de ventas alcanzado por este tipo de establecimientos en 2010 ascendió a 1,5 millones de euros por establecimiento; y
- Explotación por parte de terceros en régimen de franquicia, pudiendo ser con establecimientos comerciales sobre los que la titularidad del correspondiente derecho de propiedad, contrato de arrendamiento o de superficie corresponde al franquiciado ("FO-FO", *Franchise Owned – Franchise Operated*) o al Grupo DIA ("CO-FO", *Company Owned – Franchise Operated*); el importe medio de ventas alcanzado por este tipo de establecimientos en 2010 ascendió a 1 millón de euros por establecimiento.

El cuadro que se incluye a continuación refleja la evolución del número de establecimientos comerciales por modelo de gestión, el porcentaje que representa respecto al número total de establecimientos comerciales a 31 de diciembre de los últimos 3 años y su variación respecto al año anterior:

		2010	2009	2008	% 2010/2009	% 2009/2008
Gestión propia	"CO-CO"	4.303	4.471	4.524	-3,8	-1,2
		67,5%	73,4%	76,9%		
Gestión en régimen de franquicia	"FO-FO"	1.432	1.311	1.286	+9,2	+1,9
		22,5%	21,5%	21,9%		
	"CO-FO"	638	312	70	+104,5	+345,7
		10,0%	5,1%	1,2%		
Nº total de establecimientos comerciales		6.373	6.094	5.880	+4,6	+3,6

Tabla 5: evolución del número de establecimientos comerciales por modelo de gestión

2.1 Gestión propia

Éste es el modelo de gestión histórico del Grupo DIA y, por tanto, el más utilizado, aunque en los últimos años ha perdido peso relativo a favor del modelo de gestión en régimen de franquicia. Está fuertemente implantado en aquellas áreas en las que el potencial de ventas a consumidores finales es mayor, donde comparte posición con un número elevado de franquicias.

Las principales ventajas de este modelo de gestión son la mayor facilidad para adaptar el modelo comercial, realizar reformas y gestionar el personal que trabaja en los establecimientos comerciales.

En especial, los establecimientos comerciales "DIA Maxi" operan mayoritariamente bajo este modelo "CO-CO" debido a su mayor tamaño, alto potencial de ventas y mayor complejidad en la gestión.

2.2 Gestión en régimen de franquicia

Para el Grupo DIA la franquicia es un modelo de gestión y no un modelo comercial diferente, motivo por el cual, este modelo se trata desde el punto de vista del cliente final, de la misma forma que una tienda propia. Es un modelo que se ha potenciado mucho en los últimos años y que tiene especial importancia para el Grupo.

Esta evolución de estrategia se basa, principalmente, en motivos económicos, ya que el modelo de explotación mediante franquicia ha probado ser un modelo de gestión con rentabilidades muy interesantes para el Grupo DIA. Por ello, este modelo, que empezó a implantarse en medios rurales, se ha ido expandiendo a núcleos urbanos. El modelo de explotación por parte de terceros en régimen de franquicia va a ir ganando peso en relación con el modelo de explotación directa por parte del Grupo DIA, bien mediante la apertura de nuevos establecimientos, bien mediante la transformación de aquellos que con anterioridad eran gestionados mediante el modelo "CO-CO". En particular, a 31 de diciembre de 2010, el número de establecimientos explotados bajo el régimen de franquicia suponía el 32,5% del total de establecimientos del Grupo DIA, teniendo previsto que en 2013 esta cifra alcance el 40%.

Modelo "FO-FO"

Este modelo empezó a implantarse en España hace más de veinte años y, aunque al principio se reservaba para zonas rurales, en los últimos años se ha usado también en zonas urbanas.

El impacto de los establecimientos "FO-FO" en la cuenta de resultados del Grupo DIA se centra principalmente en las ventas, donde se contabilizan las ventas de mercancías a estos establecimientos, que se hacen con un determinado margen. Este margen es inferior al que el Grupo DIA obtiene en sus establecimientos de gestión propia. En "Otros Ingresos", se contabiliza, entre otras cosas, la cuota fija de entrada, siendo residual su impacto. Todos los costes de personal y de explotación, incluyendo los costes de apertura o mejora de establecimientos (inversiones), están soportados por el franquiciado y por lo tanto no impactan ni en la cuenta de resultados ni en el balance del Grupo DIA. Los únicos costes que soporta el Grupo DIA son (i) los costes logísticos, que se contabilizan en la línea de "Consumo de mercaderías y otros consumibles", y (ii) los costes del personal que supervisa a las franquicias, que impactan principalmente los gastos de personal.

Modelo "CO-FO"

Este modelo de gestión comenzó a implantarse en España hace 5 años mediante pruebas aisladas y, a partir del año 2009, de manera relevante.

La principal ventaja de este sistema es que el Grupo DIA acondiciona un local con todos los requisitos de inversión y equipamientos necesarios que, seguidamente, es cedido a un tercero para su gestión y explotación, lo que permite generar rentabilidad para ambas partes gracias a la implicación del franquiciado en la explotación del punto de venta.

El impacto de los establecimientos "CO-FO" en la cuenta de resultados del Grupo es el mismo que para los establecimientos "FO-FO", salvo por el hecho de que el Grupo DIA continúa pagando el alquiler y refactura este coste como ingreso en la línea de "Otros Ingresos".

2.2.1 Régimen legal de franquicias

En la mayoría de los países en los que el Grupo DIA opera, la fórmula de franquicia goza de una gran difusión. Sin embargo, resulta escasa su regulación legal en ciertos países.

En el desarrollo de su negocio a través de franquicias, el Grupo DIA utiliza unos contratos estandarizados, los cuales pueden variar según el modelo de gestión.

Para el modelo de gestión denominado "FO-FO", el Grupo DIA utiliza un contrato de franquicia cuyas principales condiciones pueden resumirse en los siguientes puntos:

- El Grupo DIA concede al franquiciado una licencia de uso de sus marcas y le autoriza a utilizar su modelo de negocio y *know how*, marcándole las pautas sobre la puesta en marcha, instalación, decoración, acondicionamiento y mantenimiento del establecimiento; asimismo y en base al entorno económico, estudios de mercado elaborados por el Grupo DIA y la experiencia de este último, el Grupo recomienda al franquiciado una política de precios a aplicar a los productos;
- El Grupo DIA obtiene como contraprestación una cuota fija de entrada y una cuota fija anual en concepto de gastos de publicidad realizados por el Grupo DIA;
- El Grupo DIA otorga al franquiciado una zona de exclusividad en un determinado ámbito geográfico y la venta exclusiva de productos de marca propia del Grupo DIA en su zona de exclusividad;
- El Grupo DIA y el franquiciado pactan de mutuo acuerdo: (i) la totalidad de los productos que constituyen el stock inicial del franquiciado, que se definen una semana antes de la apertura del establecimiento y, (ii) los pedidos y entrega de mercancía mensuales, conforme a una cifra mínima, actualizada anualmente. El franquiciado se obliga a vender exclusivamente productos que formen parte del surtido suministrado por DIA, con exclusión de cualquier otra fuente de aprovisionamiento, en orden a preservar la imagen uniforme de "Dia"; y
- El Grupo DIA establece la prohibición de competencia al franquiciado para actividades similares durante la vigencia del contrato y durante un periodo determinado después de la terminación del mismo.

Para el modelo de gestión denominado "CO-FO", el Grupo DIA utiliza un modelo de contrato de franquicia que incluye la cesión del local donde se explotará la actividad. A estos efectos, el Grupo DIA cede al franquiciado el uso comercial, la gestión y explotación de los establecimientos totalmente equipados, siendo las condiciones contractuales muy similares a las mencionadas en el modelo estándar anteriormente descrito, con las siguientes características propias en algunos de los países en los que el Grupo DIA opera:

- el perfil del franquiciado: emprendedores que previamente han tenido relación mercantil con el Grupo DIA para explotar otro establecimiento franquiciado o bien han mantenido una relación laboral;
- no abono de la cuota de entrada en la cadena; y
- ofrecimiento de ventajosas condiciones de financiación para la adquisición del stock inicial del establecimiento.

2.2.2 Operativa del régimen de franquicias

El Grupo DIA dispone de una Dirección de Franquicias Internacional que se encarga de promover el desarrollo de franquicias en todos los países y velar por la definición de los objetivos estratégicos y su implementación en dichos países. Adicionalmente, cada país es responsable de controlar las franquicias que operan en su territorio. En particular, cada país se encarga de seleccionar a los candidatos para convertirse en franquiciados, mantener la relación y controlar el riesgo legal, comercial y financiero de cada franquicia.

A estos efectos, el Grupo DIA se compromete a apoyar al franquiciado en la puesta en marcha y explotación del negocio. En particular, se compromete a:

- Analizar los recursos y necesidades de financiación: elaborar un completo estudio de viabilidad, estudios de mercado, plan de financiación, cuenta de explotación provisional y plan de tesorería;
- Búsqueda de local: ayudar a encontrar el mejor local al franquiciado;
- Remodelación y equipamiento del local: para cualquier obra o reforma el franquiciado dispone de asistencia técnica del Grupo DIA; y
- Asesoramiento y apoyo permanente después de abrir el establecimiento.

Tras haber sido seleccionados, todos los franquiciados deberán asistir y completar un periodo de aprendizaje (proporcionado por el Grupo DIA) en la gestión del negocio.

Con carácter previo a la firma del correspondiente contrato, se suscribe un pre-contrato. El periodo de tiempo entre ambos dependerá de la legislación aplicable en cada país.

La duración de estos contratos de franquicia varía según el país y modelo de gestión de que se trate; así, en España, la duración de los mismos es de 1 año para los "CO-FO" y de 2 años para los "FO-FO", ambos anualmente renovables de mutuo acuerdo, mientras que en el resto de países su duración puede alcanzar entre 1 y 9 años.

B) OFERTA DE PRODUCTOS

1. *Secciones y tipos de productos*

La oferta de productos del Grupo DIA se puede agrupar en las siguientes secciones:

- **Productos Gran Consumo (PGC):** se trata de productos de alimentación envasada, refrigerados, lácteos, charcutería, congelados, huevos, droguería y perfumería. Para cada tipo de producto (o "*unidad de necesidad*"), el Grupo DIA ofrece tanto producto de marca propia como productos de primeras marcas proveedor en cuanto a ventas (normalmente un máximo de 2 primeras marcas proveedor en términos de ventas).
- **Productos Frescos Tradicionales (PFT)** (también llamados perecederos): la componen las categorías de frutas y verduras, carnes y pollo, pescado, pan y bollería fresca.
- **Resto de productos:** en esta categoría se engloban Bazar y Textil (productos de menaje del hogar y textil), la telefonía (tanto el servicio de recargas de telefonía móvil como la prestación de servicios como operador móvil virtual propio en España, llamado MóvilDIA), tabaco y revistas.

A continuación, se detalla, para el período cubierto por la información financiera histórica del presente Documento de Registro (es decir, el período de tres años finalizado el 31 de diciembre de 2010), de forma agregada, el porcentaje de ventas alcanzado por el Grupo DIA en cada una de las mencionadas secciones:

Productos	Ventas 2010 (%)	Ventas 2009 (%)	Ventas 2008 (%)
Productos Gran Consumo (PGC)	85,4%	85,5%	86,0%
Productos Frescos Tradicionales (PFT)	12,0%	11,7%	11,2%
Resto	2,6%	2,8%	2,9%

Tabla 6: porcentaje de ventas alcanzado para cada una de las secciones en las que se agrupan los productos ofertados por el Grupo DIA, de forma agregada y durante los ejercicios 2010, 2009 y 2008.

2. *Productos marca propia*

2.1 **Peso de las marcas propias en la oferta de Productos Gran Consumo (PGC)**

El Grupo DIA ha desarrollado una amplia gama de productos de marca propia que alcanza todas las categorías de productos de alimentación envasada, droguería y perfumería, proporcionando asimismo un amplio surtido de productos para cada una de las mencionadas categorías.

A continuación se detalla el peso de las ventas de productos de marca propia sobre total de Productos Gran Consumo (PGC) del Grupo DIA durante los ejercicios terminados a 31 de diciembre de 2010, 2009 y 2008, tanto a nivel global como en relación con cada uno de los países en los que tiene presencia.

	Iberia		Francia	Países Emergentes				Total
	España	Portugal		Argentina	Brasil	Turquía	China	
2010								
Ventas marca propia(*)	1.834	380	1.455	199	336	96	15	4.315
Venta total PGC (*)	3.463	710	2.107	509	971	278	149	8.187
% Ventas marca propia sobre PGC	53,0%	53,6%	69,1 %	39,2%	34,6%	34,7%	10,2%	52,7%
% Ventas PGC sobre total	84,1%	86,4%	83,6%	91,0%	94,3%	72,8%	92,5%	85,4%
2009								
Ventas marca propia(*)	1.891	375	1.689	134	218	87	18	4.412
Venta total PGC (*)	3.515	721	2.211	378	700	228	132	7.885
% Ventas marca propia sobre PGC	53,8%	52,1%	76,4%	35,5%	31,1%	38,4%	13,8%	56,0%
% Ventas PGC sobre total	85,3%	87,6%	82,6%	91,5%	93,7%	75,5%	91,2%	85,4%
2008								
Ventas marca propia(*)	1.927	388	1.699	124	187	94	11	4.430
Venta total PGC (*)	3.626	734	2.340	341	550	242	108	7.942
% Ventas marca propia sobre PGC	53,1%	52,9%	72,6%	36,4%	34,0%	39,0%	10,0%	55,8%
% Ventas PGC sobre total	86,4%	88,4%	83,0%	96,2%	93,2%	73,4%	89,1%	85,9%

Tabla 7: peso de las ventas de productos de marca propia sobre total de Productos Gran Consumo (PGC) a 31 de diciembre de 2010, 2009 y 2008.

(*) Valor en millones de euros

Finalmente, se detalla a continuación el número medio anual de Productos Gran Consumo (PGC) de marca propia ofertados por el Grupo DIA, en el ejercicio cerrado a 31 de diciembre de 2010, en los países en los que actualmente tiene presencia.

	Iberia		Francia	Países emergentes			
	España	Portugal		Argentina	Brasil	Turquía	China
Número de productos	1.684	1.355	1.899	887	746	630	954

Tabla 8: número medio anual de Productos Gran Consumo (PGC) de marca propia ofertados por el Grupo DIA a 31 de diciembre de 2010

2.2 Ventajas de la marca propia para el Grupo DIA: imagen, precio y eficiencia operacional

- Imagen

El Grupo DIA ha centrado sus esfuerzos en la identificación de sus marcas propias con la calidad, a través de su "Programa de gestión integrada de la calidad", que abarca los siguientes ámbitos:

- *El de la selección de los ingredientes/productos base:* tras la decisión de desarrollar un producto de marca propia, existe una labor de definición técnica del producto, describiéndose con exactitud las especificaciones de calidad del mismo. Posteriormente, se realiza una cata comparativa entre una muestra representativa de consumidores, con objeto de evaluar la percepción del consumidor sobre las características organolépticas y de diseño de los productos en desarrollo.
- *El de la manufacturación:* con la adopción por parte de los proveedores seleccionados de estrictas medidas de higiene y seguridad. Asimismo, los proveedores, antes de ser seleccionados para trabajar con la marca propia del Grupo DIA, han de superar una estricta auditoría inicial de homologación.
- *El del producto terminado:* tras el desarrollo del producto y en cada almacén, existe un departamento encargado de controlar la calidad de los productos finalizados y tomar muestras de cada camión que accede al mismo, no siendo aceptadas las mercancías que no alcancen los estándares de calidad definidos.

Este sistema culmina con la obtención por parte de DIA de la certificación de calidad ISO 9001:2008, en lo que se refiere al proceso de homologación, validación y control de proveedores de marca propia, así como en el control de fruta y verdura.

- Precio

La política de precios del Grupo DIA en relación con sus marcas propias ha sido la de ofrecer un amplio elenco de productos que cubra las necesidades básicas del consumidor a precios competitivos.

Con carácter general, la Sociedad estima que los productos de las marcas propias del Grupo DIA se ofrecen al público en los establecimientos del Grupo a un precio entre un 40% y un 60% inferior al del mismo tipo de productos de marca proveedor. Esto es posible gracias al alto volumen de venta que se alcanza para cada una de las referencias (maximizando así la eficiencia productiva de los proveedores), y a la optimización de los flujos logísticos, consiguiendo así reducir, lo máximo posible, el precio de compra.

Adicionalmente, es de destacar que los productos de marca propia, a diferencia de los productos de marca proveedor, no requieren de elementos de coste adicionales, como costes de marketing y publicidad.

La marca propia, por tanto, es un pilar básico de la estrategia e imagen de precio del Grupo DIA; adicionalmente, existen otros elementos que contribuyen a esta última, como lo son los descuentos otorgados a través del programa de fidelización "ClubDIA" (que se explica en detalle en el apartado 6.1.1.II.B).4 posterior), y una política de publicidad a través de folletos quincenales y anuncios en medios de comunicación masivos (televisiones, radio, etc.).

- Eficiencia operacional en el establecimiento comercial

Los métodos y sistemas utilizados por el Grupo DIA para la comercialización de sus productos de marca propia le permiten ser eficiente.

En este sentido y por ejemplo, el Grupo DIA ha desarrollado un elenco de bandejas, tapas, palés y semipalés con el fin de facilitar el traslado, presentación y acceso a sus productos en los lineales. Así, los productos se exponen en el lineal en su embalaje de origen y se reducen costes de manipulación en los establecimientos.

3. *Resto de productos ofertados*

3.1 Criterios para la selección y política de precios de marca proveedor

Independientemente de sus productos de marca propia y con carácter general, el Grupo DIA ofrece en sus establecimientos, por cada tipología de producto existente en el mercado (esto es, por cada unidad de necesidad), la primera marca proveedor en cuanto a ventas; no obstante, en muchas categorías se cuenta con dos marcas proveedor, debido a que pueden existir otras marcas proveedor de especial relevancia en el mercado.

El proceso de selección de los productos que se van a comercializar en cada una de las categorías está dirigido por la Dirección Comercial de cada país: en función del espacio dedicado en los establecimientos a cada categoría, se estudian los diferentes productos que existen en el mercado, analizando las ventas proporcionadas por las empresas especializadas en estudios de mercado y los datos aportados por los proveedores. Tras este estudio, se decide qué referencias

concretas formarán parte del surtido. El objetivo final es seleccionar un surtido eficiente que, con las menores referencias posibles, cubra un amplio porcentaje de las ventas de la categoría.

En relación con la política en materia de precios de este tipo de productos, serían asimismo de aplicación, con un carácter menos agresivo, los mismos elementos nombrados en el subapartado anterior respecto de los productos de marca propia, tales como descuentos otorgados a través del mencionado programa de fidelización "ClubDIA" o la realización de promociones quincenales de una gran cantidad de productos de marca proveedor.

3.2 Especial énfasis en Productos Frescos Tradicionales (PFT)

A continuación se detalla, tanto el volumen total de ventas alcanzado por cada uno de estos tipos de producto, como el peso porcentual de los mismos en relación con el volumen de ventas totales del Grupo DIA durante el período cubierto por la información financiera histórica del presente Documento de Registro (es decir, el período de tres años finalizado el 31 de diciembre de 2010).

	2010		2009		2008	
	Ventas EUR (*)	% ventas	Ventas EUR (*)	% ventas	Ventas EUR (*)	% ventas
Fruta y verdura	691,5	7,2%	637,6	6,9%	655,0	7,1%
Carnes	344,2	3,6%	320,1	3,5%	265,2	2,9%
Pescado	18,1	0,2%	20,7	0,2%	18,3	0,2%
Pan y bollería fresca	99,5	1,0%	101,1	1,1%	93,6	1,0%
Total	1.153,3	12,0%	1.079,5	11,7%	1.032,1	11,2%

Tabla 9: volumen total de ventas alcanzado por cada uno de estos tipos de producto

(*) Valor en millones de euros

A continuación se desglosa el volumen de ventas de Productos Frescos Tradicionales (PFT) alcanzado por el Grupo DIA en cada uno de los países en los que tiene presencia, durante el período cubierto por la información financiera histórica del presente Documento de Registro (es decir, el período de tres años finalizado el 31 de diciembre de 2010) y en millones de euros.

	Iberia		Francia	Países Emergentes				Total
	España	Portugal		Argentina	Brasil	Turquía	China	
2010								
Ventas PFT (*)	563	90	366	37	44	44	10	1.153
% Ventas PFT sobre total	13,7%	10,9%	14,5%	6,7%	4,2%	11,5%	6,0%	12,0%
2009								
Ventas PFT (*)	501	78	397	24	35	34	10	1.080
% Ventas PFT sobre total	12,2%	9,5%	14,8%	5,8%	4,6%	11,4%	6,7%	11,7%
2008								
Ventas PFT (*)	462	75	422	1	29	35	9	1.032
% Ventas PFT sobre total	11,0%	9,0%	15,0%	0,2%	5,0%	10,6%	7,2%	11,2%

Tabla 10: volumen de ventas PFT en cada uno de los países en los que el Grupo DIA tiene presencia

(*) Valor en millones de euros

El proceso de selección de los productos perecederos es en esencia muy parecido al definido para la marca propia, ya que (i) son productos provenientes de fabricantes externos al Grupo DIA; (ii) la compañía se implica y asume el control y la responsabilidad como si de su marca propia se tratase; y (iii) se les aplica el mismo programa de gestión integrada de calidad.

La oferta de productos se construye sobre la idea de contar en el surtido con aquellas referencias más vendidas en cada una de sus categorías. Es importante destacar que en este tipo de productos es necesario hacer una adaptación del surtido a cada una de las regiones, ya que la variabilidad del consumo es muy alta.

3.3 *Resto de productos*

Respecto de este tipo de productos, que como se ha comentado engloba Bazar y Textil, telefonía, tabaco y revistas, a continuación se detalla el peso de sus ventas por parte del Grupo DIA durante los ejercicios terminados a 31 de diciembre de 2010, 2009 y 2008, tanto a nivel mundial como en relación con cada uno de los países en los que tiene presencia.

	Iberia		Francia	Países emergentes				Total
	España	Portugal		Argentina	Brasil	Turquía	China	
2010								
Ventas (*)	90	22	45	13	15	60	2	248
% Ventas	2,2%	2,7%	1,8%	2,4%	1,4%	15,7%	1,5%	2,6%
2009								
Ventas (*)	104	24	69	11	12	40	3	262
% Ventas	2,5%	2,9%	2,6%	2,6%	1,6%	13,1%	2,1%	2,8%
2008								
Ventas (*)	108	22	56	13	11	53	4	266
% Ventas	2,6%	2,6%	2,0%	3,6%	1,8%	16,0%	3,7%	2,9%

Tabla 11: volumen total de ventas alcanzado por este tipo de productos

(*) Valor en millones de euros

El surtido de este tipo de productos varía según se trate de un país maduro o de un país emergente, existiendo en este último tipo de país productos que no se encuentran entre el surtido ofertado en el primer tipo (así por ejemplo, la venta de tabaco en Turquía y China).

4. *Política de descuentos especiales y programas de fidelización*

El programa de fidelización "ClubDIA" tiene como finalidad principal el conocimiento de las preferencias de compra de los clientes, lo que permite al Grupo DIA desarrollar un programa de marketing individualizado.

Dicho programa consta de 2 fases:

4.1 Primera fase

El objetivo de la primera fase es ofrecer un programa de descuentos sencillo que permita masificar el uso de la tarjeta "ClubDIA", obtener información sobre las preferencias de sus clientes y así poder estudiar sus comportamientos de compra.

Para conseguir eso, en esta primera fase se entrega a cada cliente gratuitamente una tarjeta de fidelización y dos tarjetas-llavero, conteniendo todas ellas un único código de barras en su reverso, con el fin de que todos los miembros del hogar estén identificados por un único código.

Con la presentación en caja de cualquiera de estas tarjetas, el cliente puede beneficiarse de un programa básico de descuentos, que consiste en que en un número aproximado de 300-400 productos, se obtiene un precio inferior al que el resto de clientes no poseedores de esta tarjeta han de abonar para su adquisición. La cuantía del descuento oscila entre el 10% y el 30% sobre el precio sin tarjeta y los productos afectados varían constantemente.

4.2 Segunda fase

A partir de la información recabada de las compras de sus clientes, el Grupo DIA desarrolla un programa de marketing personalizado, ofreciendo a sus clientes, segmentados en diferentes categorías en función de su perfil de compra, la posibilidad de beneficiarse de determinados descuentos, mediante la entrega de cupones de descuento personalizados, de una gran variedad, para la adquisición de determinados productos.

Estos descuentos afectan, tanto a productos de marca propia como a productos de marca proveedor, formen o no parte de la cesta habitual del cliente.

La cuantía del descuento es muy variada. Se utilizan más a menudo los descuentos en porcentaje de precio, oscilando normalmente entre el 10% y el 50%, aunque esto depende del tipo de cliente y de su histórico de compras (i.e. volumen total de compras y categorías de productos adquiridos).

En España, durante el ejercicio 2010 y en los establecimientos propios del Grupo DIA, la cesta media de clientes con tarjeta de fidelización ha ascendido a 15,4 euros, frente a los 7,11 euros que ha alcanzado la cesta media de clientes sin esta tarjeta (incluyendo ambas cifras el IVA correspondiente)

Este programa de fidelización mediante tarjeta fue lanzado en 1998 en España y ha sido progresivamente puesto en funcionamiento en Portugal (2000), Argentina (2006) y Francia (2010), donde tras el lanzamiento del programa aproximadamente un 10% de los hogares franceses disponen de la tarjeta de fidelización. En el presente año se está implementando en Turquía y se tiene prevista su incorporación en China en 2012 y en Brasil en 2013.

Actualmente, la tarjeta de fidelidad se encuentra ampliamente extendida entre sus clientes, como se muestra a continuación. En la siguiente tabla se detalla, desde la fecha de su implantación en cada uno de los países en los que el Grupo DIA tiene presencia y hasta el 31 de diciembre de 2010, el número de tarjetas emitidas por el Grupo DIA así como el porcentaje de venta registrado durante 2010 mediante el uso de la tarjeta de fidelización (venta fidelizada).

	Número de tarjetas (*)	% venta fidelizada 2010
España (desde 1998)	13.417.380	74,5%
Portugal (desde 2000)	3.039.372	75,8%

	Número de tarjetas (*)	% venta fidelizada 2010
Argentina (desde 2006)	2.761.610	79,0%
Francia (desde 2010)	2.432.541	60,9%
Total / %	21.650.903	72,5%

Tabla 12: número de tarjetas emitidas y porcentaje de venta realizada con tarjeta de fidelización durante 2010

* datos a 31 de diciembre de 2010

C) SUMINISTROS Y COMPRAS

En la realización de compras de mercancías, el Grupo DIA ha optado por una estrategia fuerte y centralizada que le permite generar importantes volúmenes para cada referencia y, en consecuencia, beneficiarse de precios de compra muy reducidos.

En ningún país en los que el Grupo DIA opera, existe un proveedor que concentre un porcentaje significativo en el suministro de productos. Así por ejemplo, en España, el proveedor más significativo del Grupo DIA no alcanzaría el 10% del total de suministros.

A continuación, se describe el proceso de compra de los Productos Gran Consumo (PGC), de los Productos Frescos Tradicionales (PFT) y del resto de productos que componen el surtido del Grupo DIA, así como la evolución prevista del mismo tras la separación del grupo Carrefour:

1. *Productos Gran Consumo (PGC)*
- 1.1 Compra de productos de marca propia

Al tratarse de productos considerados como propios, el Grupo DIA vigila y controla el proceso de creación de los mismos, implicándose en todas las etapas de la cadena de producción y asegurando así los estándares de calidad necesarios.

En España y Francia, aproximadamente el 50% de los productos de marca propia se negocian de forma conjunta con el grupo Carrefour, negociándose el resto de forma independiente. Las negociaciones de compra se realizan por un responsable del Grupo DIA y otro del grupo Carrefour, formando lo que se denomina internamente como un binomio de negociación para cada una de las familias de productos. Aun cuando las mencionadas compras son negociadas conjuntamente entre el Grupo DIA y el grupo Carrefour, la facturación de los productos adquiridos por cada uno de ellos se realiza de manera independiente.

En el resto de países en los que el Grupo DIA tiene presencia y, atendiendo a razones culturales y de distancia, la negociación de este tipo de productos se efectúa de forma independiente respecto del grupo Carrefour, mediante especialistas en compras de cada uno de los diferentes países y el apoyo del equipo de la Dirección Comercial Internacional del Grupo DIA, situado en Madrid.

Evolución del proceso tras la separación

Tras la separación del grupo Carrefour y a medio plazo, el Grupo DIA continuará trabajando con el grupo Carrefour en relación con la negociación de las condiciones comerciales relativas a este tipo de productos en España y Francia, no habiendo por tanto ningún cambio respecto al proceso de compra actual, pues el grupo Carrefour (en particular Carrefour World Trade, S.A., una entidad de su grupo) y el Grupo DIA han asegurado la continuidad del proceso de negociación conjunta de productos de marca propia en estos países mediante la firma del acuerdo de cooperación y negociación comercial, por una duración de 3 años desde la admisión a cotización de las acciones de la Sociedad, que se detalla en el apartado 22.1 siguiente.

En cuanto al resto de países en los que el Grupo DIA tiene presencia, el Grupo DIA continuará negociando separadamente las compras de este tipo de mercancías.

1.2 Compra de productos de marca proveedor

A diferencia de los productos de marca propia, el Grupo DIA no interviene en el proceso de creación de los productos, realizándose los controles de calidad de los productos una vez son entregados por los proveedores en las plataformas logísticas del Grupo DIA.

En el proceso de compra de estos productos hay que distinguir entre la negociación internacional y la negociación nacional o local.

- negociación internacional

En relación con los proveedores internacionales, la negociación se centraliza a través de una sociedad del grupo Carrefour, Carrefour World Trade, S.A., la cual negocia en nombre y representación de todas las sociedades del Grupo DIA, en base a un mandato verbal o escrito.

Evolución del proceso tras la separación

Las compañías del Grupo DIA continuarán estando cubiertas por los compromisos acordados entre Carrefour World Trade S.A. y sus suministradores. Dichos compromisos serán de aplicación a las sociedades del Grupo DIA hasta el 31 de diciembre de 2011, fecha a partir de la cual el Grupo DIA negociará de manera autónoma (para un mayor detalle, véase el apartado 22.1 siguiente).

- negociación nacional

En Iberia, Francia y Turquía, existe una negociación de condiciones comerciales locales (a nivel de cada país) de manera conjunta con el grupo Carrefour, siendo absolutamente independientes las negociaciones en el resto de países en los que opera el Grupo DIA.

Evolución del proceso tras la separación

A partir de la separación del grupo Carrefour, el Grupo DIA negociará de manera independiente en la totalidad de países en los que opera, a excepción de Francia. En este último país, las compañías del Grupo DIA continuarán estando cubiertas por los compromisos acordados entre la sociedad Interdis (perteneciente al grupo Carrefour) y sus suministradores. Dichos compromisos serán de aplicación a las sociedades del Grupo DIA hasta el 29 de febrero de 2012, fecha a partir de la cual el Grupo DIA negociará de manera autónoma las condiciones comerciales relativas a este tipo de productos (para un mayor detalle, véase el apartado 22.1 siguiente).

2. ***Productos Frescos Tradicionales (PFT)***

La compra de estos productos se negocia a nivel local en cada uno de los diferentes países, y no sufrirá cambio alguno tras la separación del grupo Carrefour.

En la Dirección Comercial de cada una de las filiales del Grupo DIA existe un departamento de Productos Frescos Tradicionales que negocia la compra de estos productos de manera independiente del grupo Carrefour.

3. ***Resto de productos***

En relación con este tipo de productos, únicamente hay una pequeña parte de productos de bazar y textil que forman parte del surtido permanente (como son las pilas y las bombillas), que se negocian conjuntamente con el grupo Carrefour (en particular, con la entidad Carrefour World Trade S.A.) a nivel internacional, la cual negocia en nombre y representación de la sociedad del Grupo DIA. El resto de productos se negocian independientemente del grupo Carrefour y a nivel local.

Evolución del proceso tras la separación

A corto plazo, es decir hasta el 31 de diciembre de 2011, la negociación internacional respecto a determinados productos de bazar y textil continuará efectuándose a través de Carrefour World Trade, S.A. A partir del 1 de enero de 2012, el Grupo DIA negociará las condiciones comerciales relativas a este tipo de productos de manera totalmente independiente del grupo Carrefour.

D) LOGÍSTICA

El Grupo DIA ha desarrollado, para la totalidad de las mercancías físicas que oferta, una importante red logística en los 7 países en los que tiene presencia, para poder ofrecer sus productos en los más de 6.300 establecimientos comerciales. A estos efectos y a 31 de marzo de 2011, el Grupo DIA dispone de 42 almacenes

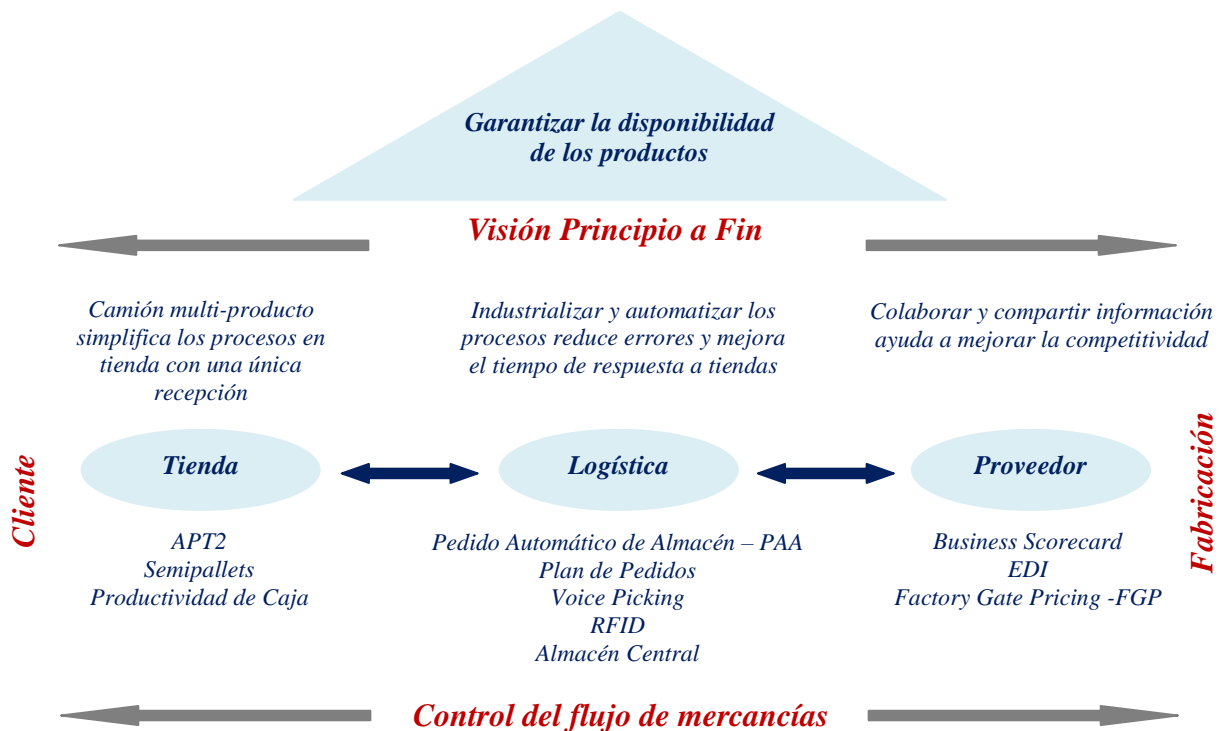
con una superficie media de 19.000 metros cuadrados cada uno. Adicionalmente, el Grupo DIA cuenta con 2 plataformas de almacenaje que son excepcionalmente utilizadas en función de las necesidades logísticas de cada momento.

Para hacer llegar los productos a los clientes se llevan a cabo las siguientes actuaciones:

- En primer lugar, el proveedor entrega los productos en los almacenes del Grupo DIA;
- En segundo lugar, los almacenes, dependiendo de las peticiones de productos realizadas por los establecimientos comerciales, organizan tanto el abastecimiento de los productos a los establecimientos comerciales como las peticiones de nuevos suministros a los proveedores; y
- Finalmente, los establecimientos comerciales ponen a disposición de los clientes los productos suministrados desde los almacenes.

La totalidad de estas actividades logísticas le ha supuesto al Grupo DIA, en los ejercicios terminados a 31 de diciembre de 2010, 2009 y 2008 un gasto de aproximadamente 467.200, 454.100 y 452.000 miles de euros respectivamente (aproximadamente un 4,9% de sus ventas en los tres ejercicios mencionados), que se refleja en la cuenta "consumo de mercaderías y otros consumibles".

En el siguiente gráfico se refleja la cadena de suministro desde el fabricante hasta el cliente:



Los camiones que entregan los productos a los establecimientos comerciales están diseñados especialmente para poder transportar productos en dos temperaturas (camiones con grupos frigoríficos multi-temperatura), y de este modo poder transportar simultáneamente los productos a entregar a varios establecimientos comerciales en cada viaje.

Asimismo, la utilización generalizada del camión para transportar productos de un proveedor al almacén que previamente ha suministrado a un establecimiento comercial ("*backhauling*" o "*Factory Gate Pricing*") le permite reducir los costes de transporte al incrementar la rotación de los activos y reducir las emisiones de CO₂.

Los camiones que se utilizan para entregar los productos en almacenes y establecimientos comerciales son gestionados por empresas con las que se firma un contrato de transporte estándar, no contando el Grupo DIA con una flota propia. A continuación se describe los principales términos y condiciones de los contratos de transporte que firma el Grupo DIA con dichas empresas:

1.1 Contrato de transporte – nivel nacional

A nivel nacional, el transporte de mercancías se divide en tres clases:

- Transporte de mercancías desde los centros de distribución de los proveedores a las plataformas logísticas del Grupo DIA

En este tipo de transporte, son los proveedores quienes se ocupan mayoritariamente de la contratación del transporte de mercancías y de la elección de la empresa encargada de ejecutar el servicio.

- Transporte de mercancías desde las plataformas logísticas del Grupo DIA a los establecimientos comerciales

El Grupo DIA, en este tipo de transporte, tiene previsto un contrato estandarizado de transporte que se utiliza para la contratación de las empresas de transporte que han de realizar las labores de carga, transporte y descarga de mercancías desde las plataformas logísticas hasta los establecimientos comerciales, ya sean propios o franquiciados.

Las principales características de este tipo de contrato estandarizado son las siguientes:

- (i) Determinación del ámbito territorial de ejecución del servicio y de los recursos materiales necesarios para la prestación del mismo en atención a las necesidades del Grupo DIA;
- (ii) Obligación de cumplir, por parte de las empresas de transporte y de sus trabajadores, con ciertas normas internas y de calidad en la ejecución del servicio así como de coordinación en materia de prevención de riesgos laborales;
- (iii) Establecimiento de procedimientos de control para verificar el cumplimiento, por parte de los transportistas, de sus obligaciones tributarias y laborales;

- (iv) Determinación del precio del servicio y su revisión, considerando las posibles variaciones en el precio del combustible; y
- (v) Obligación del transportista de suscribir una póliza de seguro que cubra sus eventuales responsabilidades durante la prestación del servicio.
- Transporte específico de productos refrigerados y congelados

El Grupo DIA, en determinados países, además de contratar el servicio de transporte de mercancías indicado anteriormente, puede contratar adicionalmente los servicios de almacenaje y transporte de productos refrigerados y congelados.

1.2 Contrato de transporte – nivel internacional

Habitualmente los proveedores internacionales del Grupo DIA son quienes se responsabilizan de la contratación del servicio de transporte. No obstante, cuando el Grupo DIA asume esta responsabilidad, formaliza la relación mediante una plantilla de condiciones donde se determina el objeto, origen y destino de la mercancía, tipo de camión, volumen, duración, nivel de servicio y tarifa.

2. *Gestión de los almacenes*

2.1 Estructura física de los almacenes

El almacén estándar tiene una superficie de 20.000 metros cuadrados, puede albergar un *stock* de entre 10 y 16 días de venta por producto, y está diseñado para mantener cada tipo de producto en condiciones óptimas.

Para que los productos sean admitidos a su recepción desde el proveedor, deben superar controles de temperatura, caducidad y aspecto general. Hay que destacar que se realiza una constante monitorización de la cadena de frío desde la recepción de producto en almacén hasta la entrega en el establecimiento comercial. Cada almacén dispone de zonas específicas según la temperatura de almacenaje de cada producto, así ocurre con los productos refrigerados, congelados, frutas y verduras y los productos de flujo tenso (pollo-carne).

Además de almacenes de flujo (esto es almacenes multitemperatura que suministran los artículos de mayor rotación y perecederos a los establecimientos), el Grupo DIA dispone de almacenes centrales en España, Francia, Portugal, Argentina y, en junio de 2011, comenzará a operar uno en Brasil; estos almacenes centrales reúnen las referencias con un ciclo de vida más largo. La centralización llevada a cabo en estos países permite reducir los costes administrativos y de transporte al entregar los productos en una única plataforma en lugar de hacerlo en cada almacén de flujo del país, así como optimizar los niveles de *stock*.

2.2 Sistemas de información utilizados para la gestión de los almacenes

Los almacenes disponen de un software WMS (*Warehouse Management System*), que permite disponer y conocer el stock del almacén en tiempo real y realizar un plan de producción y transporte diario del almacén.

La preparación de los pedidos se realiza mediante dispositivos de "voice-picking". El sistema traduce las órdenes de pedido del sistema a voz y el operario confirma también oralmente la cantidad preparada. Este sistema aumenta la productividad y disminuye los errores de preparación.

Asimismo, el Grupo dispone de un sistema de control ponderal soportado por RFID (Radiofrecuencia identificativa) que incrementa la eficiencia en la detección de errores, mejorando la calidad del servicio a establecimientos comerciales.

Adicionalmente y a los efectos de sincronizar los sistemas de pedido y producción, el Grupo DIA tiene tres herramientas básicas para garantizar la disponibilidad del producto: Pedido Automático de Almacén (PAA), Pedido Automático de Tiendas (APT2) y Plan de Pedidos.

Finalmente, el Grupo DIA ha creado un sistema de información basado en los principales ratios de gestión por proveedor (tales como "Nivel de servicio y cumplimiento de entregas", "Días de stock por producto", "Faltas", "Pedidos con incidencia" y "Datos logísticos por referencia y almacén") denominado "*Business Scorecard*" y mantiene la relación y comunicación de forma electrónica con ellos a través del sistema "*EDI*".

3. *Gestión de los establecimientos comerciales*

El Grupo DIA ha desarrollado un software de Pedido Automático denominado APT2, que realiza el pedido del establecimiento comercial para cada artículo de acuerdo a su *stock*, a sus previsiones de venta, a las características de caducidad e implantación en el establecimiento comercial. Este programa optimiza también el llenado del camión mejorando el coste de transporte.

Asimismo, el Grupo DIA trata de optimizar el período de cobro (Productividad de Caja) mediante la adopción de determinadas medidas, tales como la inclusión de códigos de barras en varias de las caras de los productos de marca propia, posibilitando así que el escáner lo lea más rápidamente y reduciendo los tiempos de espera.

Por otro lado, otra medida que permite la simplificación de procesos es el transporte en combi o semicombipalé, al permitir aumentar el número de cajas transportadas por unidad logística, mejorando así el coste de transporte. A efectos aclaratorios, los semipalés son estructuras de madera de 800mm x 600mm que se emplean en los movimientos de carga, con el fin de facilitar el levantamiento y manejo por carretillas elevadoras.

E) GESTIÓN DEL GRUPO DIA

1. *Centralización de la gestión en España*

El Grupo DIA centraliza su gestión en España, país en el que se encuentra domiciliada DIA, la sociedad matriz del Grupo.

Concretamente, en sus oficinas situadas en el Edificio Tripark del Parque Empresarial Las Rozas, Las Rozas (Madrid), es donde:

- se localiza la presidencia y el equipo de dirección del Grupo DIA;
- se encuentran determinados servicios generales corporativos: finanzas, recursos humanos y legal;
- se definen, diseñan y controlan los conceptos, estándares y modelos del Grupo DIA en relación con las marcas propias, el programa de fidelización, los modelos de establecimientos comerciales, las franquicias y la cadena de suministro;
- se analizan las sinergias y las estrategias de promoción; y
- se desarrollan las necesidades de *software* y *hardware* del Grupo DIA.

Para ello, el Grupo DIA cuenta con grupos funcionales internacionales a cargo de las áreas que se describen en el subapartado siguiente.

2. *Dirección general, direcciones ejecutivas "país/zona" y direcciones "corporate"*

Tal y como se especifica en el siguiente organigrama, bajo la dirección general del Grupo DIA, se encuentran actualmente 4 direcciones ejecutivas "país/zona" y 5 direcciones "corporate".



3. *Estructura de gestión de las filiales*

En cada uno de los países en los que el Grupo DIA tiene presencia, existe tanto un director general como una organización que, con un carácter eminentemente operativo y con carácter general, abarca las áreas comercial, de expansión, de operaciones, de franquicias, de recursos humanos y de finanzas. La totalidad de dichas áreas reportan al director general del país de que se trate.

III. Análisis de negocio por segmento

A) **IBERIA**

(i) ESPAÑA

1. *Detalle de establecimientos comerciales según formato y modelo de gestión*

A continuación se refleja el número de establecimientos comerciales gestionados mediante el modelo "CO-CO", según formato, a 31 de diciembre de los 3 últimos años y su correspondiente evolución:

	2010	2009	2008	% 2010/2009	% 2009/2008
"DIA Maxi"	491	475	390	+3,4%	+21,8%
"DIA Market"	782	649	318	+20,5%	+104,1%
"DIA Urbana"	464	769	1.146	-39,7%	-32,9%
"DIA Parking"	24	36	118	-33,3%	-69,5%
Nº total de establecimientos	1.761	1.929	1.972	-8,7%	-2,2%

Tabla 13: detalle y evolución de establecimientos según formato en España

A continuación se refleja la evolución en España del número de establecimientos comerciales por modelo de gestión y el porcentaje que representa respecto al número total de establecimientos comerciales en España a 31 de diciembre de los últimos 3 años:

	2010	2009	2008	% 2010/2009	% 2009/2008
"CO-CO"	1.761	1.929	1.972	-8,7%	-2,2%
	63,7%	68,5%	70,5%		
"CO-FO"	325	152	-	+113,8%	-
	11,7%	5,4%	-		
"FO-FO"	680	734	824	-7,4%	-10,9%
	24,6%	26,1%	29,5%		
Nº total de establecimientos	2.766	2.815	2.796	-1,7%	+0,7%

Tabla 14: detalle y evolución de establecimientos por modelo de gestión en España

A 31 de diciembre de 2010, el Grupo DIA cuenta con un total de aproximadamente 1.195.000 metros cuadrados de superficie de sala de ventas en España (incluyendo establecimientos propios y franquiciados).

2. *Operativa local en relación con almacenes y logística*

La logística de DIA en España se extiende a lo largo de todo el territorio.

A fecha del presente Documento de Registro, DIA dispone de 18 almacenes localizados en Santiago de Compostela, Oviedo, Valladolid, Burgos, Zaragoza, Tarragona, Barcelona (hay dos), Madrid (hay tres), Badajoz, Sevilla, Jaén, Málaga, Alicante, Cádiz y Valencia. Los 2 almacenes centrales están en Madrid y en Burgos.

Los almacenes tienen una superficie media de 20.000 metros cuadrados aproximadamente, donde el 30% de la misma está destinada a los productos refrigerados. La superficie conjunta de todos los almacenes es de aproximadamente 360.000 metros cuadrados.

Durante el período cubierto por la información financiera histórica, DIA ha contratado el servicio de transporte con una media de más de 200 empresas por toda la geografía española.

3. *Oferta de productos – reparto de las ventas entre marcas propias, marcas proveedor, productos frescos y otros*

A 31 de diciembre de 2010, las ventas de productos de marca propia constituían el 53,0% del volumen total de ventas de Productos Gran Consumo (PGC), representando las marcas proveedor el 47,0% restante.

El siguiente cuadro refleja, en porcentaje y a 31 de diciembre de 2010, 2009 y 2008, la distribución de las ventas por cada categoría de producto:

Productos	Ventas 2010 (%)	Ventas 2009 (%)	Ventas 2008 (%)
Productos Gran Consumo (PGC)	84,1%	85,3%	86,4%
Productos Frescos Tradicionales (PFT)	13,7%	12,2%	11,0%
Resto	2,2%	2,5%	2,6%
Ventas totales (millones de euros)	4.116	4.120	4.195

Tabla 15: distribución de ventas por categoría de producto en España

Finandia, E.F.C., S.A.U. es un establecimiento financiero de crédito sometido a la supervisión del Banco de España. Su actividad nace como la prolongación natural de la tarjeta de fidelización del "ClubDIA", pretendiendo facilitar a sus titulares un sistema cómodo para el pago de las compras (e.g. pago al contado de forma semanal, disposición de crédito *revolving*, etc.). Asimismo, y, teniendo en cuenta la importante red de establecimientos comerciales y, por tanto, la proximidad con el cliente, se ha habilitado la posibilidad de que éste pueda hacer disposiciones en efectivo contra el límite de crédito asignado a su tarjeta directamente en las cajas, que se registra como "Créditos al consumo de empresas financieras".

La instalación del sistema se llevó a cabo a partir de 2002 en establecimientos propios y a partir de 2005 en establecimientos comerciales gestionados en régimen de franquicia. En ese momento se amplió la oferta del servicio prestado a determinados clientes con la comercialización, vía correo, de pequeños préstamos personales al consumo de hasta 6.000 euros. En 2008, el sistema se encontraba totalmente implantado en la totalidad de los establecimientos del Grupo en España.

A 31 de diciembre de 2010, DIA contaba con aproximadamente 200.000 tarjetas activas; habiendo realizado un gasto en el ejercicio de 78.598 miles de euros, lo que representa el 15% del total de pagos con tarjeta realizados en los establecimientos comerciales de DIA.

A 31 de diciembre de 2010, Finandia presentaba un saldo de crédito a la clientela de 7.545 miles de euros, con un plazo medio residual de aproximadamente 19 meses.

En lo que se refiere a los tipos de interés aplicados, el tipo de interés efectivo de los deudores por tarjetas de crédito durante el ejercicio 2010 se ha situado entre el 0% para los clientes al contado y un tipo de interés variable de un 2,18% nominal mensual, que podrá ser revisado para el crédito *revolving* en función del tipo de interés publicado por el Banco Central Europeo el último día hábil del trimestre natural anterior, como tipo medio de las operaciones de depósitos bancarios no transferibles a tres meses realizados en el mercado de dinero, más un diferencial. Este tipo de interés para el 2009 se estableció entre el 0% (contado) y 2,17% nominal mensual y para el 2008, 0% (contado) y 1,73%. Para los préstamos personales, se ha establecido un tipo de interés fijo del 1,60% nominal mensual para el total de los riesgos crediticios de este producto.

Finalmente y a 31 de diciembre de 2010, el coeficiente de solvencia (esto es, el capital mínimo que las entidades deben tener en relación con sus activos ponderados por riesgo) se cifra en un 64,40%. El ratio de mora sobre inversión a esa misma fecha (esto es, activos dudosos sin ajustes por valoración sobre crédito a su clientela) es del 4,80%. Por último y a esta misma fecha, el coeficiente de cobertura de las exposiciones en situación de mora (esto es, el porcentaje que suponen las correcciones de valor por deterioro de activos sobre las exposiciones brutas en situación de mora) es del 93,92%.

(ii) PORTUGAL

"Minipreço" es la marca y logotipo bajo la que el Grupo DIA opera en Portugal.

1. *Detalle de establecimientos comerciales según formato y modelo de gestión*

A continuación se refleja el número de establecimientos comerciales gestionados mediante el modelo "CO-CO", según formato, a 31 de diciembre de los últimos 3 años y su correspondiente evolución:

	2010	2009	2008	% 2010/2009	% 2009/2008
"Minipreço Maxi"	36	22	-	+63,6%	-
"Minipreço Market"	112	85	46	+31,8%	+84,8%
"Minipreço Urbana"	148	182	221	-18,7%	-17,6%
"Minipreço Parking"	57	78	97	-26,9%	-19,6%
Nº total de establecimientos	353	367	364	-3,8%	+0,8%

Tabla 16: detalle y evolución de establecimientos según formato en Portugal

A continuación se refleja la evolución en Portugal del número de establecimientos comerciales por modelo de gestión y el porcentaje que representa respecto al número total de establecimientos comerciales en Portugal a 31 de diciembre de los últimos 3 años:

	2010	2009	2008	% 2010/2009	% 2009/2008
"CO-CO"	353	367	364	-3,8%	+0,8%
	65,5%	70,0%	73,1%		
"CO-FO"	21	5	-	+320,0%	-
	3,9%	1,0%	-		
"FO-FO"	165	152	134	+8,6%	+13,4%
	30,6%	29,0%	26,9%		
Nº total de establecimientos	539	524	498	+2,9%	+5,2%

Tabla 17: detalle y evolución de establecimientos por modelo de gestión en Portugal

Los establecimientos comerciales del Grupo DIA en Portugal se encuentran situados, principalmente, en las dos ciudades más pobladas de Portugal, esto es, Lisboa y Oporto, donde asimismo se encuentran los dos centros regionales desde los que se controla la presencia del Grupo DIA en Portugal. No obstante lo anterior, el Grupo DIA se extiende además por el resto del territorio portugués.

A 31 de diciembre de 2010, el Grupo DIA cuenta con aproximadamente 208.000 metros cuadrados de superficie de sala de ventas en Portugal (incluyendo establecimientos propios y franquiciados).

2. *Operativa local en relación con almacenes y logística*

A fecha del presente Documento de Registro, el Grupo DIA dispone en Portugal de 3 almacenes, situados en las localidades de Valongo (Oporto), Torres Novas (Coimbra) y Alverca (Lisboa), con una superficie total de aproximadamente 76.000 metros cuadrados, que proveen a los establecimientos del Grupo DIA en Portugal situados en sus correspondientes zonas geográficas de influencia (norte, centro y sur, respectivamente), sean aquéllos franquiciados o gestionados por el Grupo DIA.

Estos 3 almacenes tienen un tamaño similar, con una superficie media de aproximadamente 25.300 metros cuadrados.

Respecto a la forma de distribución de sus productos a todos sus establecimientos, el Grupo DIA contrata actualmente el servicio de transporte con 4 empresas externas, habiendo sido este número prácticamente constante durante el período cubierto por la información financiera histórica. La Sociedad considera que no existe dependencia de la misma con respecto de estas empresas transportistas ni de estas últimas en relación con la Sociedad.

3. *Oferta de productos – reparto de las ventas entre marcas propias, marcas proveedor, productos frescos y otros*

A 31 de diciembre de 2010, las ventas de productos de marca propia constituían el 53,6% del volumen total de ventas de Productos Gran Consumo (PGC), representando las marcas proveedor el 46,4% restante.

El siguiente cuadro refleja, en porcentaje y a 31 de diciembre de 2010, 2009 y 2008, la distribución de las ventas por cada categoría de producto:

Productos	Ventas 2010 (%)	Ventas 2009 (%)	Ventas 2008 (%)
Productos Gran Consumo (PGC)	86,4%	87,6%	88,4%
Productos Frescos Tradicionales (PFT)	10,9%	9,5%	9,0%
Resto	2,7%	2,9%	2,6%

Productos	Ventas 2010 (%)	Ventas 2009 (%)	Ventas 2008 (%)
Ventas totales (millones de euros)	822	823	830

Tabla 18: oferta de productos en Portugal

B) FRANCIA

ED, abreviatura de "Europa Discount", es el nombre, logo y marca bajo el que el Grupo DIA también opera en Francia.

1. Detalle de establecimientos comerciales según formato y modelo de gestión

A continuación se refleja el número de establecimientos comerciales gestionados mediante el modelo "CO-CO", según formato, a 31 de diciembre de los últimos 3 años y su correspondiente evolución:

	2010	2009	2008	% 2010/2009	% 2009/2008
"DIA Maxi"	224	42	-	+433,3%	-
"DIA Market"	40	-	-	-	-
"ED Urbana"	103	174	176	-40,8%	-1,1%
"ED Parking"	393	619	666	-36,5%	-7,1%
Nº total de establecimientos	760	835	842	-9,0%	-0,8%

Tabla 19: detalle y evolución de establecimientos según formato en Francia

A continuación se refleja la evolución en Francia del número de establecimientos comerciales por modelo de gestión y el porcentaje que representa respecto al número total de establecimientos comerciales a 31 de diciembre de los últimos 3 años:

	2010	2009	2008	% 2010/2009	% 2009/2008
"CO-CO"	760	835	842	-9,0%	-0,8%
	81,2%	90,0%	92,1%		

	2010	2009	2008	% 2010/2009	% 2009/2008
"CO-FO"	122	44	24	+177,3%	+83,3%
	13,0%	4,7%	2,6%		
"FO-FO"	54	49	48	+10,2%	+2,1%
	5,8%	5,3%	5,3%		
Nº total de establecimientos	936	928	914	+0,9%	+1,5%

Tabla 20: detalle y evolución de establecimientos por modelo de gestión en Francia

Si bien el Grupo DIA cuenta con una amplia red de establecimientos en el territorio francés, existe una concentración de establecimientos en las regiones del Norte, Île-de-France, Alsacia-Lorena, Ródano-Alpes, Languedoc-Roussillon y Provence-Alpes-Côte d'Azur.

Ello supone un total de aproximadamente 670.000 metros cuadrados de superficie de sala de ventas del Grupo DIA en Francia (incluyendo establecimientos propios y franquiciados) a 31 de diciembre de 2010.

2. *Operativa local en relación con almacenes y logística*

A fecha del presente Documento de Registro, el Grupo DIA dispone de 9 almacenes situados en las regiones en las que tiene mayor presencia, esto es, las regiones de París, del Norte, de Alsacia-Lorena, del valle del Ródano y del Sur, con una superficie total de aproximadamente 208.300 metros cuadrados que proveen a los establecimientos del Grupo DIA del país situados en las zonas geográficas de su influencia, sean aquéllos franquiciados o gestionados por el Grupo DIA.

Estos almacenes tienen una superficie media de aproximadamente 23.000 metros cuadrados.

Respecto a la forma de distribución de sus productos a todos sus establecimientos, el Grupo DIA contrata el servicio de transporte con 119 empresas nacionales habiendo sido este número de empresas prácticamente constante durante el período cubierto por la información financiera histórica.

3. *Oferta de productos – reparto de las ventas entre marcas propias, marcas proveedor, productos frescos y otros*

A 31 de diciembre de 2010, las ventas de productos de marca propia constituían el 69,1% del volumen total de ventas de Productos Gran Consumo (PGC), representando las marcas proveedor el 30,9% restante.

El siguiente cuadro refleja, en porcentaje y a 31 de diciembre de 2010, 2009 y 2008, la distribución de las ventas por cada categoría de producto:

Productos	Ventas 2010 (%)	Ventas 2009 (%)	Ventas 2008 (%)
Productos Gran Consumo (PGC)	83,6%	82,6%	83,0%
Productos Frescos Tradicionales (PFT)	14,5%	14,8%	15,0%
Resto	1,8%	2,6%	2,0%
Ventas totales (millones de euros)	2.518	2.677	2.818

Tabla 21: oferta de productos en Francia

C) PAÍSES EMERGENTES

(i) ARGENTINA

1. *Detalle de establecimientos comerciales según formato y modelo de gestión*

A continuación se refleja el número de establecimientos comerciales gestionados mediante el modelo "CO-CO", según formato, a 31 de diciembre de los 3 últimos años y su correspondiente evolución:

	2010	2009	2008	% 2010/2009	% 2009/2008
"DIA Maxi"	56	52	47	+7,7%	+10,6%
"DIA Market"	72	27	4	+166,7%	+575%
"DIA Urbana"	216	257	279	-16,0%	-7,9%
"DIA Parking"	19	17	9	+11,8%	+88,9%
Nº total de establecimientos	363	353	339	+2,8%	+4,1%

Tabla 22: detalle y evolución de establecimientos según formato en Argentina

A continuación se refleja la evolución en Argentina del número de establecimientos comerciales por modelo de gestión y el porcentaje que representa respecto al número total de establecimientos comerciales a 31 de diciembre de los últimos 3 años:

	2010	2009	2008	% 2010/2009	% 2009/2008
"CO-CO"	363	353	339	+2,8%	+4,1%
	81,0%	84,9%	82,7%		
"FO-FO"	85	63	71	+34,9%	-11,3%
	19,0%	15,1%	17,3%		
Nº total de establecimientos	448	416	410	+7,7%	+1,5%

Tabla 23: detalle y evolución de establecimientos por modelo de gestión en Argentina

La mayoría de dichos establecimientos se encuentran situados en la provincia de Buenos Aires, donde también están ubicadas sus oficinas centrales, siendo residual su presencia en las provincias de Santa Fe, Entre Ríos, Córdoba y Corrientes.

A 31 de diciembre de 2010, el Grupo DIA cuenta con un total de aproximadamente 135.000 metros cuadrados de superficie de sala de ventas en Argentina (incluyendo establecimientos propios y franquiciados).

2. *Operativa local en relación con almacenes y logística*

A fecha del presente Documento de Registro, el Grupo DIA dispone en Argentina de 4 almacenes situados todos ellos en la provincia de Buenos Aires, concretamente en las localidades de Vicente López, Burzaco, Hurlingham y Campana, con una superficie total de aproximadamente 63.000 metros cuadrados, que proveen a todos los establecimientos del país, sean éstos franquiciados o propios.

Estos almacenes tienen una superficie media de aproximadamente 15.700 metros cuadrados.

Respecto a la forma de distribución de sus productos desde los almacenes a los establecimientos, el Grupo DIA contrata el servicio de transporte con 32 empresas externas. habiendo sido este número de empresas prácticamente constante durante el período cubierto por la información financiera histórica.

Actualmente el almacén de Hurlingham tiene la condición de almacén central. Su surtido, principalmente artículos de baja rotación, es distribuido a todos los establecimientos: (i) a los cercanos, de forma directa; y (ii) a los más lejanos, a través de *cross-docking*, esto es, remitiendo a los establecimientos las mercancías preparadas por el almacén central a través de los almacenes de flujo (sin manipulación por este último) que surten habitualmente a dichos establecimientos.

3. *Oferta de productos – reparto de las ventas entre marcas propias, marcas proveedor, productos frescos y otros*

A 31 de diciembre de 2010, las ventas de productos de marca propia constituían el 39,2% del volumen total de ventas de Productos Gran Consumo (PGC), representando las marcas proveedor el 60,8% restante.

El siguiente cuadro refleja, en porcentaje y a 31 de diciembre de 2010, 2009 y 2008, la distribución de las ventas por cada categoría de producto:

Productos	Ventas 2010 (%)	Ventas 2009 (%)	Ventas 2008 (%)
Productos Gran Consumo (PGC)	91,0%	91,5%	96,2%
Productos Frescos Tradicionales (PFT)	6,7%	5,8%	0,2%
Resto	2,4%	2,6%	3,6%
Ventas totales (millones de euros)	559	413	355

Tabla 24: oferta de productos en Argentina

(ii) **BRASIL**

1. *Detalle de establecimientos comerciales según formato y modelo de gestión*

A continuación se refleja el número de establecimientos comerciales gestionados mediante el modelo "CO-CO", según formato, a 31 de diciembre de los 3 últimos años y su correspondiente evolución:

	2010	2009	2008	% 2010/2009	% 2009/2008
"DIA Urbana"	253	278	267	-9,0%	+4,1%
"DIA Maxi"(*)	6	4	-	+50,0%	-
Nº total de establecimientos	259	282	267	-8,2%	+5,6%

Tabla 25: detalle y evolución de establecimientos según formato en Brasil

(*) Se han reclasificado 6 establecimientos en 2010 y 4 en 2009 de "DIA Market" a "DIA Maxi" respecto al Informe de Gestión de 2010.

Es de destacar que el Grupo DIA ha utilizado básicamente un solo formato de establecimiento en Brasil, el clásico o "DIA Urbana", pero adaptando el surtido de productos a las diferentes clases sociales, no habiendo abierto por el momento ningún establecimiento de atracción.

Asimismo, el Grupo DIA ha implantado en Brasil un tipo de establecimiento en áreas humildes, en el que el surtido ofrecido es reducido y consiste primordialmente en productos de primera necesidad; y otro tipo de establecimiento en áreas más favorecidas económicamente, en las que se oferta un surtido más amplio y los productos gozan de un mayor valor añadido.

No obstante, el Grupo DIA ha optado en 2009 por introducir el formato "DIA Maxi" en Brasil, con una mayor superficie de venta (900 metros cuadrados) y un surtido más amplio (perceberos, carnes y panadería). Con este formato se busca competir con los supermercados locales de 1.000 a 2.000 metros cuadrados, que tienen una fuerte imagen de precio y lideran principalmente el mercado en las áreas humildes.

A continuación se refleja la evolución en Brasil del número de establecimientos comerciales por modelo de gestión y el porcentaje que representa respecto al número total de establecimientos comerciales a 31 de diciembre de los últimos 3 años:

	2010	2009	2008	% 2010/2009	% 2009/2008
"CO-CO"	259	282	267	-8,2%	+5,6%
	63,5%	75,0%	81,7%		
"CO-FO"	67	20	6	+235,0%	+233,3%
	16,4%	5,3%	1,8%		
"FO-FO"	82	74	54	+10,8%	+37,0%
	20,1%	19,7%	16,5%		
Nº total de establecimientos	408	376	327	+8,5%	+15,0%

Tabla 26: detalle y evolución de establecimientos por modelo de gestión en Brasil

Desde un punto de vista geográfico, la totalidad de los establecimientos comerciales del Grupo DIA en Brasil se encuentran situados en la región de Sao Paulo, si bien en 2007 comenzó la expansión en la región de Ribeirao Preto, a unos 400 km de la ciudad de Sao Paulo. En los próximos años el Grupo tiene prevista su expansión a otras regiones; durante el 2011 se planea la apertura de establecimientos en la región de Porto Alegre, en el sur de Brasil.

A 31 de diciembre de 2010, el Grupo DIA cuenta con un total de aproximadamente 168.000 metros cuadrados de superficie de sala de ventas en Brasil (incluyendo establecimientos propios y franquiciados).

2. *Operativa local en relación con almacenes y logística*

A fecha del presente Documento de Registro, el Grupo DIA dispone en Brasil de 3 almacenes situados en las localidades de Guarulhos, Osasco y Americana (todos ellos en la región de Sao Paulo), con una superficie total de aproximadamente 77.000 metros cuadrados, que proveen a los establecimientos del Grupo DIA del país, sean aquéllos franquiciados o propios.

Estos almacenes tienen una superficie media de aproximadamente 25.700 metros cuadrados.

Respecto a la forma de distribución de sus productos desde los almacenes a los establecimientos comerciales, el Grupo DIA contrata el servicio de transporte con 47 empresas externas habiendo sido este número de empresas prácticamente constante durante el período cubierto por la información financiera histórica.

3. *Oferta de productos – reparto de las ventas entre marcas propias, marcas proveedor, productos frescos y otros*

A 31 de diciembre de 2010, las ventas de productos de marca propia constituían el 34,6% del volumen total de ventas de Productos Gran Consumo (PGC), representando las marcas proveedor el 65,4% restante.

El siguiente cuadro refleja, en porcentaje y a 31 de diciembre de 2010, 2009 y 2008, la distribución de las ventas por cada categoría de producto:

Productos	Ventas 2010 (%)	Ventas 2009 (%)	Ventas 2008 (%)
Productos Gran Consumo (PGC)	94,3%	93,7%	93,2%
Productos Frescos Tradicionales (PFT)	4,2%	4,6%	5,0%
Resto	1,4%	1,6%	1,8%
Ventas totales (millones de euros)	1.030	747	590

Tabla 27: oferta de productos en Brasil

(iii) TURQUÍA

1. *Detalle de establecimientos comerciales según formato*

A continuación se refleja el número de establecimientos comerciales gestionados mediante el modelo "CO-CO", según formato, a 31 de diciembre de los 3 últimos años y su correspondiente evolución:

	2010	2009	2008	% 2010/2009	% 2009/2008
"DIA Market"	282	103	26	+173,8%	+292,2%
"DIA Urbana"	281	334	405	-15,9%	-17,5%
Nº total de establecimientos	563	437	431	+28,8%	+1,4%

Tabla 28: detalle y evolución de establecimientos según formato en Turquía

A diferencia de otros países en los que el Grupo DIA tiene presencia, el Grupo DIA no ha abierto por el momento ningún establecimiento de atracción, debido a que en las zonas en las que está actualmente implantado, su urbanismo y el hábito de consumo es más acorde a establecimientos de proximidad.

A continuación se refleja la evolución en Turquía del número de establecimientos comerciales por modelo de gestión, el porcentaje que representa respecto al número total de establecimientos comerciales a 31 de diciembre de los últimos 3 años y la variación respecto al año anterior:

	2010	2009	2008	% 2010/2009	% 2009/2008
"CO-CO"	563	437	431	+28,8%	+1,4%
	63,3%	64,8%	70,3%		
"CO-FO"	52	61	40	-14,8%	+52,5%
	5,8%	9,0%	6,5%		
"FO-FO"	275	177	142	+55,4%	+24,7%
	30,9%	26,2%	23,2%		
Nº total de establecimientos	890	675	613	+31,9%	+10,1%

Tabla 29: detalle y evolución de establecimientos por modelo de gestión en Turquía

A 31 de diciembre de 2010, el Grupo DIA cuenta con un total de aproximadamente 187.000 metros cuadrados de superficie de sala de ventas en Turquía (incluyendo establecimientos propios y franquiciados)

Dado el carácter emprendedor de la población turca, la fórmula de franquicia está muy adaptada al mercado. Adicionalmente, el mercado no organizado (a efectos aclaratorios, se entiende por mercado organizado el conjunto de cadenas con enseña, local o internacional, provista de procedimientos y sistemas modernos y estandarizados, siendo el mercado no organizado el que no reúne las características anteriores) continúa representando un 41% del total, ofreciendo un gran potencial para el desarrollo de las franquicias, dado que permite a los comerciantes tradicionales acogerse a una fórmula independiente bajo el *know-how* de un grupo de distribución organizado.

2. *Operativa local en relación con almacenes y logística*

En Estambul y a la fecha del presente Documento de Registro, DIA Sabançi dispone de 2 almacenes localizados uno en la parte europea de la ciudad con una superficie de 22.340 metros cuadrados y otro en la parte asiática con una superficie de 14.930 metros cuadrados, que suministran los productos a las zonas de influencia de Estambul y de Ankara. Asimismo, DIA Sabançi dispone de un almacén en Izmir, con una superficie de 16.270 metros cuadrados, que es fundamental para el desarrollo no sólo de la zona de Izmir sino también de las regiones de Antalya y Adana.

El servicio de transporte se contrata con 9 empresas externas, habiendo sido este número de empresas prácticamente constante durante el período cubierto por la información financiera histórica. La Sociedad considera que no existe dependencia de la misma con respecto de estas empresas transportistas ni de estas últimas en relación con la Sociedad.

3. *Oferta de productos – reparto de las ventas entre marcas propias, marcas proveedor, productos frescos y otros*

A 31 de diciembre de 2010, las ventas de productos de marca propia constituían el 34,7% del volumen total ventas de Productos Gran Consumo (PGC), representando las marcas proveedor el 65,3% restante.

El siguiente cuadro refleja, en porcentaje y a 31 de diciembre de 2010, 2009 y 2008, la distribución de las ventas por cada categoría de producto:

Productos	Ventas 2010 (%)	Ventas 2009 (%)	Ventas 2008 (%)
Productos Gran Consumo (PGC)	72,8%	75,5%	73,4%
Productos Frescos Tradicionales (PFT)	11,5%	11,4%	10,6%

Productos	Ventas 2010 (%)	Ventas 2009 (%)	Ventas 2008 (%)
Resto	15,7%	13,1%	16,0%
Ventas totales (millones de euros)	381	302	329

Tabla 30: oferta de productos en Turquía

(iv) CHINA

1. *Detalle de establecimientos según formato y modelo de gestión*

A continuación se refleja el número de establecimientos comerciales gestionados mediante el modelo "CO-CO", según formato, a 31 de diciembre de los 3 últimos años y su correspondiente evolución:

	2010	2009	2008	% 2010/2009	% 2009/2008
"DIA Market"	21	-	-	-	-
"DIA Urbana"	223	268	309	-16,8%	-13,3%
Nº total de establecimientos	244	268	309	-9,0%	-13,3%

Tabla 31: detalle y evolución de establecimientos según formato en China

En la actualidad, solamente se están abriendo establecimientos de proximidad o "DIA Market" debido al gran potencial que representan las ciudades chinas, con millones de habitantes. Pero en un futuro, con el desarrollo económico del país, su mejor grado de motorización así como la instalación del Grupo DIA en otras zonas de China se contempla la apertura del formato de establecimiento comercial "DIA Maxi".

A continuación se refleja la evolución en China del número de establecimientos comerciales por modelo de gestión, el porcentaje que representa respecto al número total de establecimientos comerciales a 31 de diciembre de los últimos 3 años y la variación respecto al año anterior:

	2010	2009	2008	% 2010/2009	% 2009/2008
"CO-CO"	244	268	309	-9,0%	-13,3%
	63,2%	74,5%	96,0%		

	2010	2009	2008	% 2010/2009	% 2009/2008
"CO-FO"	51	30	-	+70,0%	-
	13,2%	8,3%	-		
"FO-FO"	91	62	13	+46,8%	+376,9%
	23,6%	17,2%	4,0%		
N° total de establecimientos	386	360	322	+7,2%	+11,8%

Tabla 32: detalle y evolución de establecimientos por modelo de gestión en China

Actualmente DIA China está desarrollando su actividad en 2 grandes regiones en China: Pekín y Shanghai, estas regiones tienen un gran potencial de crecimiento debido principalmente a su gran población (200 millones de habitantes) y en un futuro más lejano, está previsto el desarrollo en otras regiones de China.

A 31 de diciembre de 2010, el Grupo DIA cuenta con un total de aproximadamente 85.000 metros cuadrados de superficie de sala de ventas en China (incluyendo establecimientos propios y franquiciados)

2. *Operativa local en relación con almacenes y logística*

El Grupo DIA en China tiene establecimientos comerciales en el área noreste y sudeste y cuenta con 2 almacenes a fecha del presente Documento de Registro, uno localizado en Pekín (con una superficie de 14.600 metros cuadrados aproximadamente) que suministra mercancía en la zona noreste y otro en Shanghai (con una superficie de 14.500 metros cuadrados aproximadamente), que suministra la zona sudeste.

El Grupo DIA contrata el servicio de transporte a 7 empresas externas en la zona de Shanghai y a 6 empresas para la zona de Pekín, habiendo sido este número de empresas prácticamente constante durante el período cubierto por la información financiera histórica. La Sociedad considera que no existe dependencia de la misma con respecto de estas empresas transportistas ni de estas últimas en relación con la Sociedad.

3. *Oferta de productos – reparto de las ventas entre marcas propias, marcas proveedor, productos frescos y otros.*

A 31 de diciembre de 2010, las ventas de productos de marca propia constituían el 10,2% del volumen total de ventas de Productos Gran Consumo (PGC), representando las marcas proveedor el 89,8% restante.

El siguiente cuadro refleja, en porcentaje y a 31 de diciembre de 2010, 2009 y 2008, la distribución de las ventas por cada categoría de producto:

Categoría	Ventas 2010 (%)	Ventas 2009 (%)	Ventas 2008 (%)
Productos Gran Consumo (PGC)	92,5%	91,2%	89,1%
Productos Frescos Tradicionales (PFT)	6,0%	6,7%	7,2%
Resto	1,5%	2,1%	3,7%
Ventas totales (millones de euros)	161	145	122

Tabla 33: oferta de productos en China

6.2 Mercados principales

6.2.1 Desglose de los ingresos totales por categoría de actividad y mercado geográfico para cada ejercicio durante el período cubierto por la información financiera histórica.

A continuación se refleja los ingresos totales del Grupo DIA por segmento para los ejercicios finalizados el 31 de diciembre de 2010, 2009 y 2008.

<i>(miles de euros)</i>	2010	2009	Var. 10-09	2008	Var. 09-08
Iberia	4.985.242	4.980.544	0,1%	5.065.284	-1,7%
Francia	2.541.076	2.696.667	-5,8%	2.835.908	-4,9%
Países Emergentes	2.146.678	1.615.563	32,9%	1.403.082	15,1%
Total ingresos	9.672.996	9.292.774	4,1%	9.304.274	-0,1%

6.2.2 Descripción de los mercados principales en los que el Emisor compete.

El Grupo DIA desarrolla su actividad de distribución comercial en dos tipos de mercados diferenciados: mercados maduros (España, Portugal y Francia) y mercados emergentes (China, Brasil, Argentina y Turquía).

A) MERCADOS MADUROS

El contexto económico de recesión de los últimos años, así como el actual crecimiento económico moderado, han impactado de forma significativa sobre los hábitos de consumo de la población. Una mayor presión sobre la renta de los hogares y la creciente cifra de desempleo han dado lugar a una mayor conciencia de ahorro generalizada y a un consumidor más interesado en el binomio calidad-precio y más cuidadoso con su presupuesto. Adicionalmente, la mayor esperanza de vida de la población, dando lugar a un colectivo pensionista más amplio, conjuntamente con la incertidumbre asociada a las reformas en el sistema de pensiones, contribuye también al desarrollo de nuevos comportamientos por parte de los consumidores, principalmente caracterizados por la búsqueda de productos de calidad a precios competitivos. A la vez, el consumidor muestra preferencia por el establecimiento comercial de proximidad, por resultar éste más práctico

ante el modo de vida activo actual, pues evita el desplazamiento en comparación con los establecimientos de atracción. La mejor adecuación del establecimiento de proximidad a los cambios sociales (i.e. mayor número de hogares unipersonales, colectivo con movilidad limitada más numeroso, etc.) refuerza también su importancia.

En estos mercados y, en particular, en el formato comercial de descuento, el Grupo DIA compite principalmente con dos operadores internacionales, esto es, Lidl y Aldi.

ESPAÑA

Según el Instituto Nacional de Estadística, la tasa de desempleo ha aumentado situándose en un 20,33% a 31 de diciembre de 2010. Este aumento del desempleo ha provocado un rápido descenso del consumo y un aumento del ahorro, impactando negativamente en el sector de la distribución de productos de consumo.

A 31 de diciembre de 2010, el PIB se sitúa en los 1.407,4 miles de millones de dólares y el PIB per cápita en 29.824,6 dólares americanos, habiéndose producido un descenso de un 4,8% respecto del año inmediatamente anterior; en este sentido, se estima que el PIB se situará en 2011 en los 1.456,0 miles de millones de dólares (según *Global Insight Febrero 2011*).

La bonanza económica derivada de los bajos tipos de interés y de la disponibilidad del crédito durante años pasados ha sido reemplazada por la explosión de la llamada "burbuja inmobiliaria", una restricción del crédito y el citado aumento del desempleo que han restringido la renta disponible y reducido el poder adquisitivo de los españoles, minando a su vez la confianza del consumidor.

Con todo ello, el precio se ha convertido en la variable clave para la toma de decisiones de compra, con el consiguiente aumento de la importancia de las marcas propias y del formato comercial de descuento. En este sentido, la inflación se situó en un 1,8% en 2010 (según *Global Insight Febrero 2011*).

Dentro del sector de la distribución de productos de alimentación, la relevancia de los distintos canales de venta ha ido cambiando, perdiendo participación los establecimientos comerciales tradicionales y el pequeño comercio en favor de las grandes cadenas (entre las que se encuentra el Grupo DIA), estas últimas con mayor capacidad para optimizar sus procesos, reducir sus costes y así poder ofrecer mejores precios y ofertas a sus clientes.

En lo que se refiere al posicionamiento del Grupo DIA en el mercado español, a continuación se detalla, para el ejercicio terminado a 31 de diciembre de 2010, la cuota de mercado sobre PGC alcanzada tanto por el Grupo DIA como por sus principales competidores internacionales en el formato comercial de descuento, esto es Lidl y Aldi, así como una breve descripción de los formatos comerciales y surtido de estos últimos en el país:

Operador	Cuota de mercado (sobre PGC)(*)
DIA	10,2 %
Lidl	3,7%
Aldi	0,6%

(Fuente: Kantar Worldpanel (elaborado a partir de un panel de hogares, y sobre Productos Gran Consumo (PGC))

(*) La cuota de mercado restante correspondería al pequeño comercio, a hipermercados y supermercados, mediana distribución, etc.

Las características más relevantes de los mencionados competidores del Grupo DIA en España son las siguientes (*Fuente: la Sociedad*):

- *Lidl*: sus establecimientos se encuentran fundamentalmente en las afueras de las ciudades y disponen de aparcamiento para los clientes. Tienen un surtido reducido en número de referencias, basado en productos de alimentación con un porcentaje elevado de marcas propias. Destaca sobre todo por el gran desarrollo en su surtido de productos que no son alimenticios, tales como productos de bazar y textil.
- *Aldi*: el formato de sus establecimientos comerciales es muy parecido al de Lidl, ofreciendo tanto productos alimenticios como productos no alimenticios. En este caso, ofrecen exclusivamente productos de marca propia.

PORTUGAL

La población está concentrada alrededor de las principales ciudades (Lisboa-capital y Oporto) y en las zonas cercanas al litoral.

El PIB de Portugal en 2010 se cifró en 228,9 mil millones de dólares americanos y el PIB *per capita* en 21.329,9 dólares americanos (según *Global Insight Febrero 2011*), produciéndose un descenso de un 2,3% respecto del año inmediatamente anterior. En este sentido, se estima que el PIB se situará en 2011 en los 233 miles de millones de dólares americanos (según *Global Insight Febrero 2011*).

A 31 de diciembre de 2010 la tasa de desempleo ascendía a 10,8% (según *Global Insight Febrero 2011*).

Después de un periodo de desarrollo económico por encima del promedio de la Unión Europea durante buena parte de la última década (1991-2000), Portugal ha sentido los efectos de una política económica basada en fuertes incrementos del gasto del Estado y, en consecuencia, produciendo el incremento del déficit en sus cuentas.

La inflación del país sigue las tendencias generales europeas y se estima en 2,7% para 2011 (1,4% en 2010 según el Banco de Portugal), como consecuencia de las subidas generalizadas de costes, como los impuestos, la energía o las materias primas.

Actualmente, Portugal está negociando un préstamo de aproximadamente 78.000 millones de euros con la Unión Europea y el Fondo Monetario Internacional así como un programa de medidas y reformas destinadas a reducir su déficit público y garantizar su crecimiento. Adicionalmente, la situación política del país es incierta, con un gobierno interino y elecciones legislativas previstas para el mes de junio.

Según la empresa de estudios de mercado *Nielsen*, el mercado de gran consumo ha tenido unas tasas de crecimiento reducidas llegando en el 2009 a un 0,5% y en el 2010 a un 0,9%.

En lo que se refiere al posicionamiento del Grupo DIA en el mercado portugués, a continuación se detalla, para el ejercicio terminado a 31 de diciembre de 2010, la cuota de mercado sobre PGC alcanzada tanto por el Grupo DIA como por sus principales competidores internacionales en el formato comercial de descuento, esto es Lidl y Aldi, así como una breve descripción de los formatos comerciales y surtido de estos últimos en el país:

Operador	Cuota de mercado (sobre PGC)(*)
DIA Minipreço	9,6%
Lidl	10,9%
Aldi	0,1%

(Fuente: *Kantar Worldpanel* (elaborado a partir de un panel de hogares, y sobre Productos Gran Consumo (PGC))

(*) *La cuota de mercado restante correspondería al pequeño comercio, a hipermercados y supermercados, mediana distribución, etc.*

Las características más relevantes de los mencionados competidores del Grupo DIA en Portugal son las siguientes (*Fuente: la Sociedad*):

- *Lidl*: sus establecimientos, de aproximadamente 950 metros cuadrados, están casi mayoritariamente situados en las afueras de las ciudades y todos tienen aparcamiento para clientes. Su oferta comercial está basada en un reducido surtido de alimentación y un complemento de productos de textil y bazar que se venden en promoción. La mayoría de los productos son de marcas exclusivas para los establecimientos comerciales Lidl, que coexisten con un surtido de referencias de primeras marcas proveedor en cuanto a ventas.

- *Aldi*: presente en Portugal desde 2006, sus establecimientos se encuentran en las afueras de las ciudades y tienen una superficie media de alrededor de 720 metros cuadrados. La oferta comercial de Aldi es similar a la de Lidl, con un surtido total más reducido, contando con productos de primeras marcas proveedor en cuanto a ventas y marcas exclusivas, así como productos no alimenticios vendidos a través de campañas promocionales.

FRANCIA

La tasa de desempleo ha aumentado situándose a finales de 2010 en un 9,8% (según *Global Insight Febrero 2011*). La coyuntura económica ha tenido un impacto negativo en la confianza de los hogares y el acceso al crédito.

El PIB de 2010 creció un 1,4% hasta situarse en 2.573,4 miles de millones de dólares americanos y un PIB per cápita de 40.900,3 dólares americanos (según *Global Insight Febrero 2011*), produciéndose un descenso de un 3,4% respecto del año anterior. En este sentido, se estima que el PIB se situará en 2011 en los 2.675,9 miles de millones de dólares americanos (según *Global Insight Febrero 2011*).

Sin embargo, este resultado debe ser matizado por la *prime à la casse*, medida económica gubernamental de ayuda a los consumidores para la sustitución de sus vehículos, que ha permitido reactivar el consumo en el sector del automóvil pero que, igualmente, ha inflado artificialmente el consumo de los hogares.

Otro resultado a matizar es que el Instituto Nacional de Estadística y de Estudios Económicos francés (INSEE) anuncia un incremento del poder adquisitivo de los franceses en 2010. Sin embargo, el INSEE no tiene en cuenta el fuerte aumento de los precios en el sector inmobiliario (+6% en 2010), a pesar de que este último tiene un impacto cierto sobre la asignación de recursos de los hogares, sobre todo en los más modestos. En 2010, la inflación se situaba en un 1,5% (según *Global Insight Febrero 2011*).

El crecimiento del PIB durante el año 2011 debería ser similar al de 2010 pero esta vez sin la ayuda de la *prime à la casse*. Cabe mencionar igualmente que la economía francesa puede contar con su fuerte natalidad (la mejor de Europa en 2010) y con su inmigración para dinamizar su mercado interior en 2011.

En lo que se refiere al posicionamiento del Grupo DIA en el mercado francés, a continuación se detalla, para el ejercicio terminado a 31 de diciembre de 2010, la cuota de mercado sobre PGC alcanzada tanto por el Grupo DIA como por sus principales competidores internacionales en el formato comercial de descuento, esto es Lidl y Aldi, así como una breve descripción de los formatos comerciales y surtido de estos últimos en el país:

Operador	Cuota de mercado (sobre PGC)(*)
DIA ED	2,1%
Lidl	4,5%
Aldi	2,3%

(Fuente: Kantar Worldpanel (elaborado a partir de un panel de hogares, y sobre Productos Gran Consumo (PGC))

(*) La cuota de mercado restante correspondería al pequeño comercio, a hipermercados y supermercados, mediana distribución, etc.

Las características más relevantes de los mencionados competidores del Grupo DIA en Francia son las siguientes (*Fuente: la Sociedad*):

- *Lidl*: se encuentra presente en todas las regiones francesas, en particular, en las regiones del Este, del Norte y del Sudeste, y se caracteriza por una fuerte expansión orgánica. Cuenta asimismo con un surtido de productos no alimenticios (promovidos con campañas de folletos publicitarios) y con un surtido de marcas proveedor.
- *Aldi*: se encuentra fuertemente implantada en la región del Norte, la Gironde, la Bourgogne y la Ardenne. En los establecimientos de Aldi no se oferta ningún producto de marca proveedor.

B) MERCADOS EMERGENTES

El desarrollo de una clase media y el más alto poder adquisitivo de un mayor número de individuos son factores que permiten acceder al consumo a una parte más amplia de la población, caracterizada por el deseo de experimentar las formas de comercio modernas. No obstante, el poder adquisitivo del "consumidor emergente" es aun limitado, lo que sitúa al formato comercial de descuento en una posición ventajosa frente a otros modelos comerciales menos competitivos en precio.

En estos mercados, el Grupo DIA compite con diversos operadores, de carácter fundamentalmente nacional.

ARGENTINA

Tras un periodo de intenso crecimiento después de la crisis del 2001, el sector de la distribución ha experimentado un descenso en la tasa de crecimiento a consecuencia, principalmente, de la alta tasa de inflación de los últimos 2 años (un 6,2% en 2009 y un 10,7% en 2010) (según *Global Insight Febrero 2011*) y de la crisis económica global. Este contexto inflacionario genera una reducción del poder adquisitivo de los consumidores. Se espera que este escenario continúe sin cambios durante el 2011, un año marcado por las elecciones presidenciales.

A 31 de diciembre de 2010, su PIB se sitúa en los 365,5 miles de millones de dólares americanos, un PIB per cápita de 8.989 dólares americanos y una tasa de desempleo de un 8% (según *Global Insight Febrero 2011*), produciéndose un aumento de un 19% respecto del año inmediatamente anterior. En este sentido, se estima que el PIB se situará en 2011 en los 418,3 miles de millones de dólares americanos (según *Global Insight Febrero 2011*).

La evolución de las ventas de productos minoristas ha estado marcada por los fuertes descuentos y la financiación ofrecida por las cadenas asociadas con bancos para estimular la compra durante los pasados ejercicios, lo cual ha supuesto que muchos consumidores tomaran sus decisiones de compra casi únicamente en función de dichos descuentos primando, en consecuencia, a las grandes cadenas con mayor capacidad para ofrecerlos y en detrimento del pequeño comercio. Se espera que dicha tendencia continúe en un futuro, ya que ha demostrado ser un medio eficaz para aumentar las ventas. El consumidor planifica sus compras en función de los descuentos que ofrecen las cadenas y bancos asociados.

El gobierno ha mantenido un férreo control a la importación de productos manteniendo la renovación y el otorgamiento de licencias a niveles mínimos, hasta el punto de provocar que muchos distribuidores extranjeros hayan optado por salir del país, al no resultarles rentable.

Con niveles de inflación altos y un tipo de cambio (Peso Argentino vs. Dólar) con escasa evolución, la pérdida de competitividad para la exportación de bienes con valor agregado es notoria. Sin embargo, las políticas del gobierno siguen presionando a aquellas compañías que quieran importar productos para los cuales existan sustitutos en el país.

Adicionalmente, el gobierno continúa estableciendo límites al aumento del precio de determinados bienes con el objetivo de controlar la inflación.

BRASIL

A pesar de la crisis financiera global, los brasileños de rentas bajas lograron experimentar ganancias reales, ampliando su nivel de consumo en múltiples categorías de productos y en particular en alimentos. En general, las cadenas de distribución han podido capitalizar esa mejora del consumo brasileño.

Una mayor disponibilidad de crédito, el aumento de la confianza de los consumidores y un descenso de la presión fiscal también contribuyeron al aumento del consumo. Un factor clave para estimular la demanda ha sido la posibilidad de ofrecer crédito a clientes, lo cual sólo ha estado al alcance de las grandes cadenas.

El sector de la distribución de productos alimenticios en Brasil se encuentra todavía muy fragmentado, aunque las grandes cadenas han ido ganando terreno paulatinamente mediante adquisiciones y mayor número de establecimientos comerciales. Los distribuidores nacionales se están expandiendo hacia las zonas más rurales para escapar del entorno más competitivo de las grandes ciudades y captar mayor demanda.

Brasil ha pasado por el mayor proceso de cambio estructural de su historia, una transformación que está teniendo un impacto muy significativo en el sector de la distribución a consecuencia del surgimiento de una clase media con aumento de renta disponible.

A 31 de diciembre de 2010, su PIB se sitúa en los 2,066 billones de dólares americanos y un PIB per cápita de 10.576 dólares americanos, produciéndose un aumento de un 28,47% respecto del año anterior. En este sentido, se estima que el PIB se situará en 2011 en los 2,383 billones de dólares americanos (según *Global Insight Febrero 2011*).

Asimismo, la tasa de desempleo se sitúa en un 6,8% (según *Global Insight Febrero 2011*).

Asimismo, según datos de *Euromonitor*, entre los años 2002 y 2008 el número de familias con renta disponible anual superior a 10.000 dólares ha aumentado un 394% y las familias con rentas superiores a los 15.000 dólares un 457%. Se espera que dicho crecimiento continúe de la mano de una mayor estabilidad económica, siendo el sector más dinámico el de productos de primera necesidad. La consecución de políticas de estado con un mismo alineamiento que en periodos anteriores hacen vislumbrar que Brasil continuará apoyando la mejora en la distribución de los ingresos de las familias que impactan directamente en el consumo.

TURQUÍA

Turquía, con una población de 75 millones de habitantes (según *Global Insight Febrero 2011*), registró un rápido crecimiento económico hasta finales de 2008. Dispone de más de una veintena de ciudades con una población superior al millón de habitantes, y posee una población muy joven (28% población tiene una edad inferior a los 14 años – fuente *Naciones Unidas* y formada. A 31 de diciembre de 2010 la tasa de desempleo se sitúa en un 12% (según *Global Insight Febrero 2011*).

A 31 de diciembre de 2010, su PIB se sitúa en los 721 mil millones de dólares americanos y un PIB per cápita de 9.532 dólares americanos (según *Global Insight Febrero 2011*), produciéndose un aumento de un 16,42% respecto del año anterior. En este sentido, se estima que el PIB se situará en 2011 en los 727,74 mil millones de dólares (según *Global Insight Febrero 2011*).

El mercado tradicional mantiene todavía un peso importante, estimado por Nielsen en el 41% del FMCG (*Fast Moving Consumer Goods*), si bien su participación se reduce sosteniblemente cada año, a favor de los grandes operadores internacionales y nacionales. En Turquía las llamadas "ventas informales" en bazares y pequeños comercios siguen teniendo un peso importante en el sector, en particular, en las regiones periféricas más sensibles al precio por tener rentas disponibles más bajas.

No obstante, las grandes cadenas y los centros comerciales siguen siendo la punta de lanza para el crecimiento del sector y continúan expandiéndose a regiones rurales menos desarrolladas en busca de nueva clientela.

Las perspectivas para los próximos años son un continuo crecimiento de los grandes operadores, a costa del comercio no organizado (fuente: *Euromonitor*).

La protección del mercado local, a través de importantes tasas aduaneras a la importación, ha permitido el desarrollo de un tejido de proveedores industriales competitivo.

Precisamente, el crecimiento de los operadores organizados y, principalmente, de los operadores del formato comercial de descuento, ha generado una fuerte expansión de la marcas propias, con pesos todavía inferiores al mercado europeo, pero que demuestran su gran potencial de desarrollo.

CHINA

En términos macroeconómicos China ha pasado de ser en la década de los 70 una economía cerrada y fuertemente centralizada a situarse en la primera década del siglo XXI, a la cabeza de los denominados ‘países emergentes’.

A 31 de diciembre de 2010 el valor nominal de su PIB ascendió a 5,877 billones de dólares y un PIB per cápita de 4.376 dólares (según *Global Insight Febrero 2011*), produciéndose un aumento de un 17,03% respecto del año anterior. En este sentido, se estima que el PIB se situará en 2011 en 7,105 billones de dólares (según *Global Insight Febrero 2011*).

Todo lo anterior sitúa a China como la segunda economía mundial, únicamente por detrás de Estados Unidos. Asimismo hay que destacar que durante el año 2010, China se situó como el mayor exportador a nivel mundial.

No obstante y por otra parte China debe afrontar reformas relativas a la liberalización de los mercados y tomar medidas relativas a la mejor redistribución de la riqueza, ya que aún persiste un gran diferencial de renta entre la población de las áreas rurales y de los grandes núcleos urbanos.

El gran crecimiento de la economía china ha supuesto un incremento en el consumo de los hogares próximo al 12% en los últimos tres años. Los analistas prevén que este crecimiento se mantenga en los próximos ejercicios, ya que hay que recordar que la clase media se encuentra todavía en vías de formación y las perspectivas de crecimiento de la economía se mantienen. En el año 2010, la tasa de desempleo se situó en el 4,1% (según *Global Insight Febrero 2011*).

En cuanto al sector de la distribución, a diferencia de otros países con mercados maduros, el mercado de la distribución chino está dominado por pequeños comercios, lo cual supone un potencial de crecimiento para el mercado moderno.

Por otra parte y en lo referido al mercado organizado, en la actualidad el mercado chino se encuentra altamente fragmentado y dominado por cadenas locales que son particularmente fuertes en ciudades secundarias y áreas rurales.

6.3 Cuando la información dada de conformidad con los puntos 6.1. y 6.2. se haya visto influenciada por factores excepcionales, debe mencionarse este hecho.

La Sociedad considera que la información incluida en los apartados 6.1 y 6.2 anteriores no se ha visto influenciada de forma material por factores excepcionales.

6.4 Si es importante para la actividad empresarial o para la rentabilidad del Emisor, revelar información sucinta relativa al grado de dependencia del Emisor de patentes o licencias, contratos industriales, mercantiles o financieros, o de nuevos procesos de fabricación.

El apartado 11 del presente Documento de Registro incluye una descripción de las patentes y licencias del Emisor.

Por otro lado, en el apartado 6.1.1 se recogen las características fundamentales de los contratos de franquicia, transporte y provisión de productos del Grupo DIA.

Adicionalmente, en el apartado 10.3 se incluye una descripción de los principales términos de los contratos de financiación de DIA.

Finalmente y en el apartado 22 se describen el resto de contratos que se suscribirán o continuarán en vigor tras la separación del grupo Carrefour y aquellos otros contratos relevantes para la actividad del Grupo DIA.

6.5 Se divulgará la base de cualquier declaración efectuada por el Emisor relativa a su competitividad.

Algunos datos de mercado y de la industria utilizados en este Documento de Registro se han extraído o derivan de encuestas, informes y estudios internos, así como de publicaciones de la industria y de informes de terceros, como *Euromonitor International, Nielsen, Kantar Worldpanel, INSEE, Naciones Unidas y Global Insight Febrero 2011.*

7. ESTRUCTURA ORGANIZATIVA

7.1 Si el Emisor es parte de un Grupo, una breve descripción del Grupo y la posición del Emisor en el Grupo

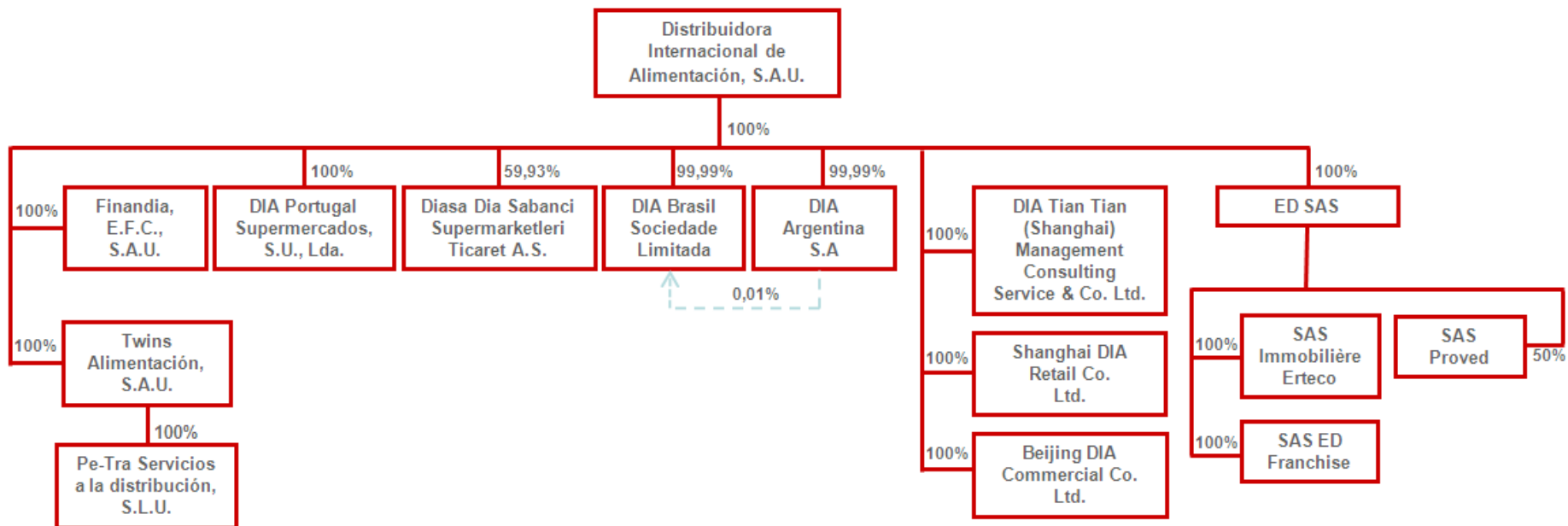
El Emisor tiene la condición de dominante de un Grupo de sociedades de diferente nacionalidad, de acuerdo con la legislación vigente (para un mayor detalle sobre las entidades pertenecientes a su grupo, véanse los apartados 7.2 y 25 siguientes).

Sin embargo, y de conformidad con lo establecido en el artículo 43.2ª del Código de Comercio, el Emisor está exento de formular cuentas anuales consolidadas, pues el subgrupo se encuentra integrado en el grupo europeo de Carrefour Société Anonyme, a través de la participación de esta última en Norfin Holder, S.L., accionista único del Emisor.

No obstante, tan pronto como se admitan a negociación las acciones de la Sociedad, la exención señalada con anterioridad no será aplicable y DIA estará obligada a formular cuentas anuales consolidadas.

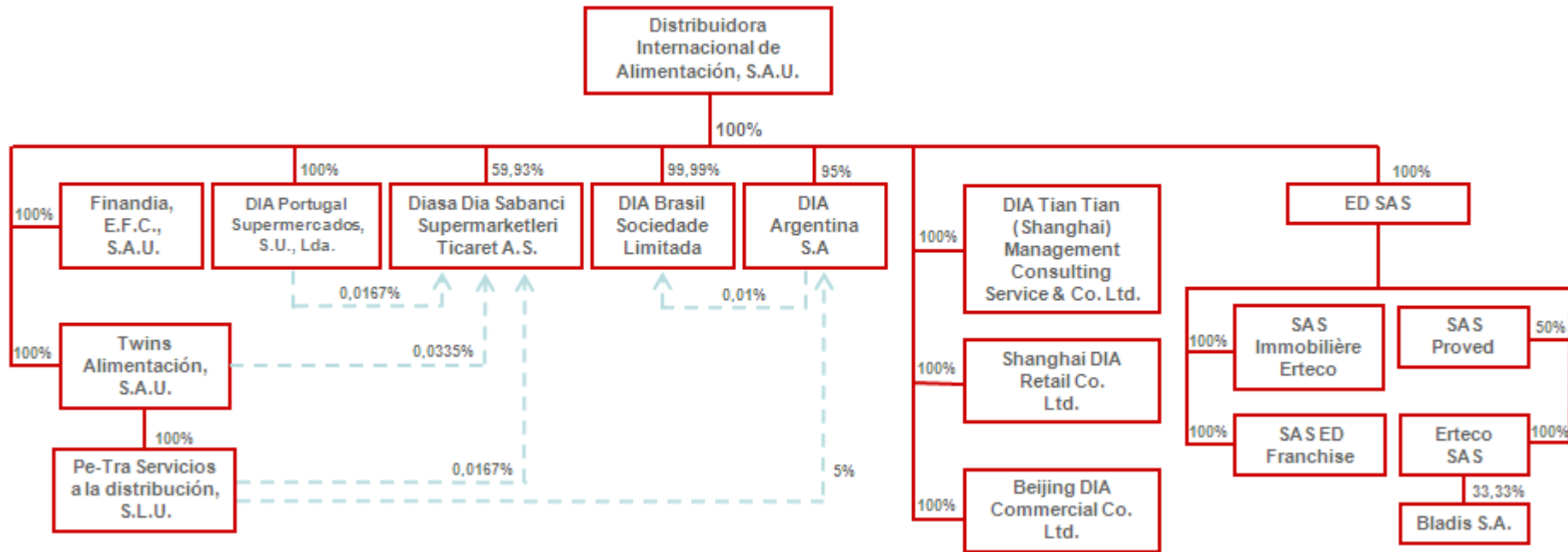
A continuación se incluyen sendos organigramas que reflejan la composición del grupo DIA a 31 de diciembre de 2010 y a la fecha del Documento de Registro:

Composición del Grupo DIA a 31 de diciembre de 2010



(En el anterior organigrama han sido incluidas aquellas sociedades que consolidan mediante el método de integración global y de participación, descartando aquellas sociedades cuya aportación al Grupo es irrelevante; para un mayor detalle sobre estas últimas, véase el apartado 25 siguiente)

Composición del Grupo DIA a fecha del Documento Registro



(En el anterior organigrama han sido incluidas aquellas sociedades que consolidan mediante el método de integración global y de participación, descartando aquellas sociedades cuya aportación al Grupo es irrelevante; para un mayor detalle sobre estas últimas, véase el apartado 25 siguiente)

7.2 Lista de las filiales significativas del Emisor, incluido el nombre, el país de constitución o residencia, la proporción de interés de propiedad y, si es diferente, su proporción de derechos de voto

7.2.1 Lista de filiales

A continuación se incluye una lista de las filiales materialmente más significativas del Emisor a fecha del Documento de Registro, con indicación de su denominación, país donde tienen establecido su domicilio social y el porcentaje de titularidad directa o indirecta que el Emisor posee en las mismas:

Denominación social		País de su domicilio social	Porcentaje de participación ⁽¹⁾
Compañías contabilizadas por integración global			
1.	DIA Portugal Supermercados, Sociedade Unipessoal, Lda.	Portugal	100%
2.	DIA Argentina S.A.	Argentina	95% ⁽²⁾
3.	Diasa Dia Sabanci Supermarketleri Ticaret Anonim Sirketi (*)	Turquía	59,93% ⁽³⁾
4.	DIA Brasil Sociedade Limitada	Brasil	99,99% ⁽⁴⁾
5.	Finandía, E.F.C., S.A.U.	España	100%
6.	Twins Alimentación, S.A.U.	España	100%
7.	Pe-Tra Servicios a la Distribución, S.L.U.	España	100% ⁽⁵⁾
8.	ED SAS	Francia	100%
9.	Erteco SAS	Francia	100% ⁽⁶⁾
10.	SAS Immobilière Erteco	Francia	100% ⁽⁶⁾
11.	SAS ED Franchise	Francia	100% ⁽⁶⁾
12.	SAS Proved	Francia	50% ⁽⁶⁾
13.	Beijing DIA Commercial Co. Ltd. (*)	China	100%
14.	Shanghai DIA Retail Co. Ltd. (*)	China	100%
15.	DIA Tian Tian (Shanghai) Management Consulting Service & Co. Ltd. (*)	China	100%
Compañías contabilizadas por el método de participación			
Bladis S.A.		Francia	33,33% ⁽⁷⁾

- (1) El porcentaje de participación de DIA en las sociedades incluidas en el cuadro anterior es directo, salvo que se mencione lo contrario.
- (2) El resto del capital social de esta sociedad (5%) pertenece a Pe-Tra Servicios a la Distribución, S.L.U., entidad indirectamente participada por DIA, a través de Twins Alimentación, S.A.U.
- (3) El resto del capital social de esta sociedad pertenece a H. Ö. Sabancı Holding A.S. (40%) y las sociedades del Grupo DIA siguientes: Twins Alimentación, S.A.U. (0,0335%), Pe-Tra Servicios a la Distribución, S.L.U. (0,0167%) y DIA Portugal Supermercados, Sociedade Unipessoal, Lda. (0,0167%).
- (4) El resto del capital social de esta sociedad (0,01%) pertenece a DIA Argentina S.A.
- (5) DIA participa en esta sociedad, de forma indirecta, a través de Twins Alimentación, S.A.U.
- (6) DIA participa en esta sociedad, de forma indirecta, a través de ED SAS.
- (7) El 33,33% de esta sociedad pertenece a Erteco SAS, que a su vez se encuentra participada en un 100% por ED SAS, una filial del Emisor en Francia. Para una mayor información sobre la adquisición de Erteco SAS por parte de ED SAS, véase el apartado 5.2 anterior.
- (*) Estas sociedades presentan resultados negativos en sus cuentas individuales correspondientes al ejercicio 2010; asimismo, todas ellas contaban, a 31 de diciembre de 2010, con fondos propios negativos, a excepción de DIA Tian Tian (Shanghai) Management Consulting Service & Co. Ltd. En relación con estas sociedades, es intención del Grupo DIA hacer los mayores esfuerzos para equilibrar su situación patrimonial, en caso de ser necesario. El resto de las filiales totalmente participadas por DIA cuentan con resultados y fondos propios positivos a 31 de diciembre de 2010.

Como puede inferirse de la información anterior, la mayoría de las sociedades en las que DIA participa directamente pertenecen a esta última en un 100%, salvo en el caso de la sociedad argentina DIA Argentina S.A. y la brasileña DIA Brasil Sociedade Limitada, en las que DIA ostenta directamente la práctica totalidad de su capital social, perteneciendo el resto a otras sociedades de su Grupo. El motivo de esta circunstancia es la existencia de determinadas normas en Argentina, y Brasil que impiden la existencia de sociedades unipersonales. Comentario similar puede hacerse respecto de Turquía y la sociedad turca Diasa Dia Sabanci Supermarketleri Ticaret Anonim Sirketi.

Adicionalmente, el Emisor participa indirectamente en una serie de sociedades que se detallan en el apartado 25 posterior. La participación del Emisor en esas sociedades no es materialmente relevante, no teniendo, por tanto, un impacto económico o financiero significativo en el Grupo DIA.

7.2.2 **Actividades desarrolladas por las filiales**

Las filiales del Grupo DIA desarrollan esencialmente las mismas actividades que el Emisor, a excepción de:

- (a) ***Finandia, E.F.C., S.A.U.***: cuya actividad es la realización de operaciones de préstamo y crédito al consumo;
- (b) ***DIA Tian Tian (Shanghai) Management Consulting Service & Co. Ltd.***: cuya actividad consiste en la consultoría de servicios;
- (c) ***Pe-Tra Servicios a la Distribución, S.L.U.***: cuya actividad consiste en la adquisición, venta, arrendamiento, administración y explotación de bienes inmuebles y de las instalaciones a ellos vinculadas;
- (d) ***SAS Immobilière Erteco***: cuya actividad consiste en la gestión de activos inmobiliarios de los que es propietaria;
- (e) ***Erteco SAS***: que es titular y tiene el *know-how* de la marca "ED" en Francia y es licenciataria de la marca "Dia" en Francia; y
- (f) ***SAS ED Franchise***: cuya actividad consiste en la gestión de los derechos de explotación de las marcas "Dia" y "ED" para su uso por parte de ED SAS y las sociedades que explotan franquicias en Francia.

8. PROPIEDAD, INSTALACIONES Y EQUIPO

8.1 Información relativa a todo inmovilizado material tangible existente o previsto, incluidas las propiedades arrendadas, y cualquier gravamen importante al respecto

Inmovilizado material

El saldo y movimientos del inmovilizado material del Grupo DIA durante los ejercicios 2008, 2009 y 2010 es el que se muestra a continuación:

<i>(miles de euros)</i>	Terrenos	Construcciones	Instalaciones técnicas, maquinaria y otros activos fijos	Total
Coste				
A 1 de enero de 2008	174.417	666.407	1.990.628	2.831.452
Altas	11.274	61.104	362.477	434.855
Bajas	(6.699)	(31.466)	(154.261)	(192.426)
Trasposos	(100)	(17.328)	16.722	(706)
Diferencias de conversión	(2.636)	(7.575)	(22.575)	(32.786)
A 31 de diciembre de 2008	176.256	671.142	2.192.991	3.040.389
Altas	5.136	31.881	295.387	332.404
Bajas	(4.599)	(25.162)	(96.516)	(126.277)
Trasposos	341	48.781	(48.930)	192
Traspaso a activos para la venta	-	(16.114)	(90.201)	(106.315)
Diferencias de conversión	2.942	6.207	7.959	17.108
A 31 de diciembre de 2009	180.076	716.735	2.260.690	3.157.501
Altas	799	30.360	248.856	280.015
Bajas	(954)	(7.974)	(251.861)	(260.789)
Trasposos	1.502	12.869	(23.681)	(9.310)
Otros movimientos	-	807	863	1.670
Diferencias de conversión	2.594	8.148	17.569	28.311
A 31 de diciembre de 2010	184.017	760.945	2.252.436	3.197.398
Amortización				
A 1 de enero de 2008	-	(175.281)	(1.124.985)	(1.300.266)
Amortización del ejercicio	-	(20.347)	(192.390)	(212.737)
Bajas	-	9.478	139.663	149.141
Trasposos	-	24.920	(24.897)	23
Otros movimientos	-	(3.354)	(28.520)	(31.874)
Diferencias de conversión	-	(872)	14.861	13.989
A 31 de diciembre de 2008	-	(165.456)	(1.216.268)	(1.381.724)
Amortización del ejercicio	-	(25.533)	(203.159)	(228.692)
Bajas	-	14.488	76.549	91.037
Trasposos	-	(3.112)	2.383	(729)
Otros movimientos	-	(4.398)	(29.930)	(34.328)
Traspaso a activos para la venta	-	10.026	54.137	64.163
Diferencias de conversión	-	(756)	(3.619)	(4.375)
A 31 de diciembre de 2009	-	(174.741)	(1.319.907)	(1.494.648)
Amortización del ejercicio	-	(27.992)	(226.431)	(254.423)
Bajas	-	3.207	214.218	217.425
Trasposos	-	5.395	3.491	8.886
Otros movimientos	-	(4.236)	(25.917)	(30.153)
Diferencias de conversión	-	(545)	(8.240)	(8.785)
A 31 de diciembre de 2010	-	(198.912)	(1.362.786)	(1.561.698)

<i>(miles de euros)</i>	Terrenos	Construcciones	Instalaciones técnicas, maquinaria y otros activos fijos	Total
Deterioro del valor				
A 1 de enero de 2008	-	(8.743)	(17.660)	(26.403)
Dotación	-	-	(6.079)	(6.079)
Otros movimientos	-	-	626	626
Diferencias de conversión	-	-	(551)	(551)
A 31 de diciembre de 2008	-	(8.743)	(23.664)	(32.407)
Dotación	-	-	-	-
Aplicación	-	-	1.193	1.193
Otros movimientos	-	-	434	434
Diferencias de conversión	-	-	142	142
A 31 de diciembre de 2009	-	(8.743)	(21.895)	(30.638)
Dotación	-	(5.690)	(4.470)	(10.160)
Aplicación	-	-	2.873	2.873
Otros movimientos	-	-	(331)	(331)
Diferencias de conversión	-	(21)	(2)	(23)
A 31 de diciembre de 2010	-	(14.454)	(23.825)	(38.279)
Importe en libros neto				
A 31 de diciembre de 2008	176.256	496.943	953.059	1.626.258
A 31 de diciembre de 2009	180.076	533.251	918.888	1.632.215
A 31 de diciembre de 2010	184.017	547.579	865.825	1.597.421
Variación 2010-2009	2%	3%	-6%	-2%
Variación 2009-2008	2%	7%	-4%	0%

A 31 de diciembre de 2010 no existen cargas hipotecarias o gravámenes significativos sobre los bienes que integran el inmovilizado material que el Grupo DIA tiene en régimen de propiedad, a excepción del importe del almacén de "Twins Alimentación S.A.U.", sito en Sevilla, el cual está sujeto a hipoteca de primer grado para garantizar un préstamo bancario del Grupo y su posterior ampliación por importe total de 9.197 miles de euros. El primer tramo vence en el ejercicio 2013 (saldo de 2.472 miles de euros a 31 de diciembre de 2010) y el segundo tramo (ampliación; saldo de 6.725 miles de euros a 31 de diciembre de 2010) en el ejercicio 2019.

El coste de los elementos del inmovilizado material que están totalmente amortizados y que todavía están en uso a 31 de diciembre es el siguiente:

<i>(miles de euros)</i>	2010	2009	2008
Construcciones	14.653	8.569	9.066
Instalaciones técnicas, maquinaria y otros activos fijos	646.030	623.230	541.724
Total elementos activo tangible totalmente amortizados	660.683	631.799	550.790

Por otro lado, a 31 de diciembre de 2010, Grupo DIA tiene los siguientes inmovilizados materiales adquiridos mediante arrendamientos financieros con opción de compra que están incluidos en los saldos y movimientos de la tabla inicial del inmovilizado material.

<i>(miles de euros)</i>	2010		2009		2008	
	Coste	Amortización acumulada	Coste	Amortización acumulada	Coste	Amortización acumulada
Terrenos	22.942	-	22.942	-	22.942	-
Construcciones	39.476	(15.280)	39.476	(16.435)	42.289	(18.546)
Instalaciones técnicas, maquinaria y otros activos fijos	11.602	(11.110)	11.012	(10.387)	12.751	(12.619)
Total	74.020	(26.390)	73.430	(26.822)	77.982	(31.165)

A continuación se incluye una descripción cualitativa de los principales activos que forman parte del inmovilizado material. Las altas y bajas más significativas se explican en la sección 5.2 del presente Documento de Registro.

Terrenos y construcciones

Este epígrafe incluye principalmente establecimientos, almacenes y oficinas. Las tablas siguientes muestran, por segmento, estos establecimientos, almacenes y oficinas en los que el Grupo DIA opera, especificando si los mismos se encuentran en régimen de propiedad o arrendamiento (financiero u operativo).

La tabla siguiente considera (para los ejercicios 2010, 2009 y 2008):

- los establecimientos gestionados mediante el modelo "CO-CO" y "CO-FO" y no incluye los gestionados mediante el modelo "FO-FO"; y
- los establecimientos en régimen de arrendamiento operativo, incluyen establecimientos construidos por el Grupo DIA sobre derechos de superficie.

Por tanto, lo incluido en el apartado de construcciones corresponde a los establecimientos en propiedad y arrendamiento financiero y también a aquellos en régimen de arrendamiento operativo cuando se trata de derechos de superficie y que representan aproximadamente un 10% de los establecimientos en arrendamiento operativo.

2010	Iberia	Francia	Países Emergentes	Total
Establecimientos en arrendamiento operativo	2.308	691	1.453	4.452
Establecimientos en propiedad	135	191	146	472
Establecimientos en arrendamiento financiero	17	-	-	17
Total establecimientos	2.460	882	1.599	4.941
Almacenes en arrendamiento operativo	15	6	10	31
Almacenes en propiedad	7	3	2	12
Almacenes en arrendamiento financiero	-	1	-	1
Total almacenes (*)	22	10	12	44
Oficinas en arrendamiento operativo	7	1	9	17
Oficinas en propiedad	-	1	-	1
Oficinas en arrendamiento financiero	-	-	-	-
Total oficinas	7	2	9	18
Total	2.489	894	1.620	5.003

2009	Iberia	Francia	Países Emergentes	Total
Establecimientos en arrendamiento operativo	2.301	682	1.305	4.288
Establecimientos en propiedad	125	195	146	466
Establecimientos en arrendamiento financiero	27	2	-	29
Total establecimientos	2.453	879	1.451	4.783
Almacenes en arrendamiento operativo	16	6	9	31
Almacenes en propiedad	7	3	2	12
Almacenes en arrendamiento financiero	-	1	-	1
Total almacenes (*)	23	10	11	44
Oficinas en arrendamiento operativo	7	-	9	16
Total oficinas	7	-	9	16
Total	2.483	889	1.471	4.843

2008	Iberia	Francia	Países Emergentes	Total
Establecimientos en arrendamiento operativo	2.180	664	1.256	4.100
Establecimientos en propiedad	118	198	136	452
Establecimientos en arrendamiento financiero	38	4	-	42
Total establecimientos	2.336	866	1.392	4.594
Almacenes en arrendamiento operativo	17	6	8	31
Almacenes en propiedad	7	3	2	12
Almacenes en arrendamiento financiero	-	1	-	1
Total almacenes (*)	24	10	10	44
Oficinas en arrendamiento operativo	7	-	9	16
Oficinas en propiedad	-	-	-	-
Oficinas en arrendamiento financiero	-	-	-	-
Total oficinas	7	-	9	16
Total	2.367	876	1.411	4.654

(*) Los almacenes incluyen plataformas de distribución.

A 31 de diciembre de 2010, más del 90% de los establecimientos se encuentran en régimen de arrendamiento operativo.

Ocasionalmente se han formalizado ventas de activos con arrendamiento posterior (“sale and lease back”) sobre algunos de los almacenes y establecimientos de DIA, si bien esta práctica no es política habitual del Grupo, cuya vocación se orienta al arrendamiento operativo de almacenes y establecimientos.

- Terrenos y construcciones en propiedad

Las altas de los ejercicios 2010, 2009 y 2008 corresponden, principalmente, a las realizadas para la apertura de establecimientos, así como las ampliaciones, mejoras y reformas realizadas para la adecuación de las mismas a las nuevas enseñanzas "DIA Maxi" y "DIA Market".

Durante el ejercicio 2008, el Grupo vendió tres almacenes situados en San Antonio (Tarragona), Mallén (Zaragoza) y Orihuela (Alicante), lo cual generó unas plusvalías de 20.652 miles de euros que se encuentran recogidos en el epígrafe de "*Resultados procedentes de inmovilizado*" de la cuenta de resultados consolidados.

Las demás bajas producidas en los ejercicios 2010, 2009 y 2008 incluyen principalmente elementos sustituidos por las mejoras mencionadas anteriormente y cierres de establecimientos.

El traspaso a activos para la venta en el ejercicio 2009 hace referencia a la reclasificación de los activos de la sociedad DIA Hellas A.E. al epígrafe de "*Activos no corrientes mantenidos para la venta*" en los estados de situación financiera consolidados, como consecuencia de la salida del perímetro de esta sociedad, que fue vendida al grupo Carrefour en el ejercicio 2010.

En el ejercicio 2010 se ha procedido a realizar el deterioro de los activos a valor razonable del Grupo DIA, destacando el producido en España con un impacto de 3.571 miles de euros, recogido en "*Amortizaciones y deterioro*" de la cuenta de resultados consolidados. A 31 de diciembre de 2009, el deterioro de los activos correspondía principalmente a Francia.

- Terrenos y construcciones en régimen de arrendamiento financiero

Como se ha detallado en una tabla al principio de esta sección, el Grupo DIA tiene determinados activos registrados mediante arrendamientos financieros. Estos activos corresponden a ciertos establecimientos en los que el Grupo DIA desarrolla su actividad principal, no siendo ninguno significativo a nivel individual.

Durante los ejercicios 2010, 2009 y 2008 no se han producido altas significativas del inmovilizado material adquirido mediante arrendamientos financieros. Las bajas registradas durante el ejercicio 2009 corresponden a contratos de esta naturaleza finalizados en Francia.

El importe de los gastos por intereses de arrendamientos financieros durante el ejercicio 2010 ha sido de 735 miles de euros (2009: 1.148 miles de euros, 2008: 1.811 miles de euros).

Los pagos mínimos futuros por arrendamientos bajo contratos de arrendamiento financiero, junto con su valor actual, son los siguientes:

<i>(miles de euros)</i>	2010		2009		2008	
	Pagos mínimos	Valor actual	Pagos mínimos	Valor actual	Pagos mínimos	Valor actual
Hasta un año	1.854	1.788	4.373	4.056	4.211	3.364
Entre dos y cinco años	545	525	2.103	2.016	5.422	5.128
Más de 5 años	-	-	-	-	158	154
Total pagos mínimos y valores actuales	2.399	2.313	6.476	6.072	9.791	8.646
Menos parte corriente	(1.854)	(1.788)	(4.373)	(4.056)	(4.211)	(3.364)
Total no corriente	545	525	2.103	2.016	5.580	5.282

El valor actual de los pagos mínimos por contratos de arrendamiento financiero se encuentra recogidos en la deuda financiera corriente y no corriente.

La conciliación entre el importe de los pagos futuros mínimos y su valor actual es la siguiente (nótese que la tabla superior incluye el valor de la opción de compra en el pago mínimo):

<i>(miles de euros)</i>	2010	2009	2008
Pagos futuros mínimos	2.194	6.195	9.404
Opción de compra	205	281	387
Gastos financieros no devengados	(86)	(404)	(1.145)
Valor actual	2.313	6.072	8.646

- Terrenos y construcciones en régimen de arrendamiento operativo

Las tablas al comienzo de esta sección muestran los establecimientos, almacenes y oficinas en régimen de arrendamiento operativo.

Tal y como se expone en el apartado 5.1 del presente Documento de Registro, la sede central del Grupo se encuentra en Madrid, donde se ubica la sede de todos los servicios (servicios centrales corporativos, comerciales, informática, de marketing, etc.), y se encuentra arrendada en régimen de arrendamiento operativo.

Un detalle de los contratos de arrendamiento operativo para almacenes (excluye establecimientos por el elevado número, el reducido importe medio de alquiler de cada establecimiento y la ausencia de concentración de contratos en un mismo arrendador) se muestra en la tabla a continuación:

	Almacén	País	Plazo mínimo permanencia obligatoria (*)	Fin de contrato (**)
I B E R I A	Getafe	España	Hasta 2017	Hasta 2017
	Mejorada del Campo	España	Hasta 2018	Hasta 2018
	Tarragona	España	Hasta 2018	Hasta 2018
	Villanubla	España	Hasta 2019	Hasta 2019
	Sabadell	España	Hasta 2022	Hasta 2022
	San Antonio	España	Hasta 2023	Hasta 2023
	Mallén	España	Hasta 2023	Hasta 2023
	Orihuela	España	Hasta 2023	Hasta 2023
	Miranda de Ebro	España	Hasta 2016	Hasta 2034
	Manises	España	Hasta 2012	Hasta 2029
	Albufeira	Portugal	Hasta 2011	Hasta 2011
	Maia	Portugal	Hasta 2011	Hasta 2011
	Ourique	Portugal	Hasta 2011	Hasta 2014
	Loures	Portugal	Hasta 2011	Hasta 2014
	Torres Novas	Portugal	Hasta 2015	Hasta 2038
F R A N C I A	Le Plessis	Francia	Hasta 2015	Hasta 2015
	Saint Quentin	Francia	Hasta 2020	Hasta 2020
	Dambach	Francia	Hasta 2019	Hasta 2019
	Macon	Francia	Hasta 2015	Hasta 2015
	Boisseron/Lunel	Francia	Hasta 2016	Hasta 2016
	Louviers	Francia	Hasta 2021	Hasta 2021
E M E R I C A	Gebze	Turquía	Hasta 2011	Hasta 2017
	Esenyurt	Turquía	Hasta 2011	Hasta 2014
	Izmir	Turquía	Hasta 2013	Hasta 2026
	Adana	Turquía	Hasta 2015	Hasta 2015
G E N E R A L	Fengshujinda	China	Hasta 2014	Hasta 2017
	Taipingyang	China	Hasta 2012	Hasta 2012
S A M A R I T A	Anhanghera	Brasil	Hasta 2011	Hasta 2015
	Guarulhos	Brasil	Hasta 2011	Hasta 2013
	Americana	Brasil	Hasta 2015	Hasta 2025
	Campana	Argentina	Hasta 2012	Hasta 2015

(*) Periodo exigible de permanencia por el arrendador al Grupo DIA.

(**) Indica la fecha hasta la cual el Grupo DIA tiene derecho de permanencia en los almacenes.

A pesar de la fecha de vencimiento de contratos, el Grupo DIA tiene la intención de proceder a la renovación de aquellos contratos de arrendamiento operativo (establecimientos, almacenes y oficinas) que así lo requieran, de acuerdo a las necesidades derivadas de la evolución del negocio. En concreto, aquellos con vencimiento en el ejercicio 2011, tal y como se muestra en el cuadro anterior, serán renovados por el Grupo DIA.

Algunos de los almacenes mostrados en la tabla superior han estado anteriormente en régimen de propiedad, procediéndose a su venta y posterior arrendamiento. Las condiciones bajo las cuales se han realizado estos arrendamientos, han permitido, en base a la normativa vigente, que los mismos pudiesen ser clasificados como operativos.

Durante los ejercicios 2010, 2009 y 2008, el Grupo DIA ha sido subarrendador en determinados contratos de arrendamiento de inmuebles. Los ingresos por cuotas por subarriendo están compuestos por:

- los importes recibidos de los subarrendatarios para que éstos desarrollen su actividad en los establecimientos "CO-CO", mejorando la oferta comercial del Grupo a sus clientes, y
- los importes percibidos de los subarriendos a franquiciados ("CO-FO").

El importe de las cuotas de arrendamientos operativos se refleja en la partida de "*Gastos de explotación*" de la cuenta de resultados consolidada, mientras que los ingresos por cuotas por subarriendo se recogen en el epígrafe de "*Otros ingresos*" de la cuenta de resultados consolidados. Estos importes se muestran en la tabla a continuación.

<i>(miles de euros)</i>	2010	2009	2008
Pagos por arrendamiento	(282.178)	(269.674)	(258.030)
Cuotas por subarriendo	28.825	23.077	25.102
Total	(253.353)	(246.597)	(232.928)

En el caso de cancelación anticipada de todos los contratos de arrendamientos (establecimientos, almacenes y oficinas), al cierre de cada ejercicio, el Grupo DIA tendría que hacer frente a los siguientes pagos, tal y como se establece en los compromisos de permanencia en los contratos de arrendamiento:

<i>(miles de euros)</i>	2010	2009	2008
A un año	160.592	148.219	156.680
A más de un año y hasta cinco años	190.701	235.905	206.216
Más de cinco años	162.365	203.798	184.430
Total	513.658	587.922	547.326

Instalaciones técnicas, maquinaria y otros activos fijos

En este epígrafe se incluyen, principalmente, las obras realizadas en los locales y almacenes, así como equipamiento de establecimientos (principalmente muebles de frío, estanterías y TPVs).

Adicionalmente, dentro de este epígrafe también se incluye la inversión en determinadas instalaciones eléctricas, que ha sido financiada, en parte, por una serie de subvenciones concedidas por organismos públicos españoles de energía, con el fin de fomentar el ahorro energético en establecimientos y en almacenes, por importe de 532 miles de euros en 2010 (2009: 713 miles de euros, 2008: 503 miles de euros).

Al igual que ocurría con los terrenos y construcciones, las altas de los ejercicios 2010, 2009 y 2008 corresponden, principalmente, a las obras realizadas para la apertura de establecimientos, así como las ampliaciones, mejoras y reformas realizadas para la adecuación de las mismas a las nuevas enseñas "DIA Maxi" y "DIA Market".

Las bajas por importe de 251.861 miles de euros durante el año 2010, 96.516 miles de euros durante el ejercicio 2009 y 154.261 miles de euros en 2008, se explican, fundamentalmente, por elementos sustituidos por las mejoras, ampliaciones y reformas realizadas para la adecuación de los establecimientos a las nuevas enseñas "DIA Maxi", "DIA Market" y las transformaciones de la enseña ED a DIA en Francia (esto último en el ejercicio 2010 principalmente).

El traspaso a activos para la venta en el ejercicio 2009 hace referencia a la reclasificación de instalaciones técnicas, maquinaria y otros activos fijos de la sociedad DIA Hellas A.E. al epígrafe de "*Activos no corrientes mantenidos para la venta*", como consecuencia de la salida del perímetro de esta sociedad, que, como se ha comentado previamente, fue vendida al grupo Carrefour en el ejercicio 2010.

En el ejercicio 2010 se ha llevado a cabo en Francia una reestimación de la vida útil de los activos afectos a establecimientos en los que se llevará a cabo la transformación del formato ED al formato DIA con un impacto que ha supuesto una mayor amortización por importe de 16.000 miles de euros (ver sección 20.1.2 del presente Documento de Registro).

En el ejercicio 2010 se ha procedido a realizar el deterioro de los activos a valor razonable del Grupo DIA, destacando el producido en España con un impacto de 3.633 miles de euros, recogido en "*Amortizaciones y deterioro*" de la cuenta de resultados consolidados. A 31 de diciembre de 2009, el deterioro de los activos correspondía a Francia.

Política de seguros

Es política del Grupo DIA mitigar los posibles riesgos operacionales mediante la contratación de pólizas de seguros cuando así lo estime necesario. Las coberturas normalmente contratadas amparan los daños materiales a los activos propios o de terceros, lucros cesantes derivados de estos daños, así como posibles daños personales y morales causados a terceros. El Grupo DIA considera que el nivel de cobertura de seguros existente a 31 de diciembre de 2010 para cubrir los riesgos a los que están sujetos los elementos de inmovilizado material se adecua a los riesgos inherentes del negocio que desarrolla.

Durante el ejercicio finalizado a 31 de diciembre de 2010, los gastos del Grupo DIA en primas de seguros relacionados con los elementos del inmovilizado material han ascendido a 4.070 miles de euros (esta cantidad recoge las primas de seguros de establecimientos de Francia, que cubren estos inmuebles, las existencias que los mismos almacenan y las potenciales pérdidas de explotación que pudieran tener lugar en los establecimientos en caso de siniestro). Estas cifras ascienden, para los ejercicios 2009 y 2008 a 4.451 miles de euros y 4.404 miles de euros, respectivamente.

El importe total asegurado a 31 de diciembre de 2010 asciende, para todos los países a excepción de Francia, a 825.571 miles de euros. En el caso de Francia, a esta misma fecha, se han asegurado almacenes por importe de 77.929 miles de euros, y establecimientos y oficinas por un total de 623.206 metros cuadrados.

Nótese que históricamente, el Grupo DIA, para cubrir sus riesgos relacionados con los elementos del inmovilizado material, se ha beneficiado en la contratación de sus pólizas de seguros de las condiciones pactadas a nivel del Grupo Carrefour. La salida del Grupo DIA del Grupo Carrefour no impactará las condiciones de cobertura de estas pólizas de seguros, si bien se prevé un aumento del coste de las mismas.

Actualmente el Grupo DIA está negociando las pólizas de seguro sin el paraguas del grupo Carrefour ya que las condiciones pactadas a nivel grupo Carrefour dejarán de tener efecto a partir de julio de 2011. El impacto estimado podría ser un incremento del coste de las primas de seguro inferior al 20%.

8.2 Descripción de cualquier aspecto medioambiental que pueda afectar al uso por el Emisor del inmovilizado material tangible.

Dada la actividad a la que se dedica el Grupo DIA, ésta no tiene responsabilidades, gastos, activos, ni provisiones y contingencias de naturaleza medioambiental que pudieran ser significativos en relación con el patrimonio, la situación financiera y los resultados de las mismas.

9. ANÁLISIS OPERATIVO Y FINANCIERO

9.1 Situación financiera

Ver mayor detalle en los apartados 10 y 20 del presente Documento de Registro.

9.2 Resultados de explotación

9.2.1 Información relativa a factores significativos, incluidos los acontecimientos inusuales o infrecuentes o los nuevos avances, que afecten de manera importante a los ingresos del Emisor por operaciones, indicando en qué medida han resultado afectados los ingresos.

Los apartados I y II.6 del presente Documento de Registro incluyen información detallada relativa a los factores que afectan a los resultados del Grupo DIA.

A continuación se muestra la información financiera para los ejercicios terminados el 31 de diciembre de 2010, 2009 y 2008, mostrándose la información financiera correspondiente al periodo de tres meses finalizado el 31 de marzo de 2011 y 2010 en el apartado 20.6 del presente Documento de Registro.

9.2.2 Cuando los estados financieros revelen cambios importantes en las ventas o en los ingresos, proporcionar un comentario narrativo de los motivos de esos cambios.

Introducción a los parámetros empleados por la Dirección para el análisis del negocio

Como se ha comentado anteriormente, a efectos de gestión interna, el Grupo está organizado en unidades de negocio sobre la base de los países donde opera, y tiene los siguientes tres segmentos de operación sobre los que se presenta la información:

- El segmento 1, "Iberia", está compuesto por España y Portugal
- El segmento 2 está compuesto por Francia
- El segmento 3, "Países Emergentes" está compuesto por Turquía, Brasil, Argentina y China

La Dirección supervisa los resultados operativos de las unidades de negocios de manera separada con el propósito de tomar decisiones sobre la asignación de recursos y evaluar su rendimiento.

Evolución de los principales datos financieros y operativos consolidados

A continuación se presenta la evolución de los principales componentes del resultado de explotación consolidado del Grupo DIA correspondientes a los ejercicios finalizados el 31 de diciembre de 2010, 2009 y 2008:

<i>(miles de euros)</i>	2010	2009	2008	Var 10-09	Var 09-08
Ventas "CO-CO"	7.868.105	7.979.548	8.085.211	-1,4%	-1,3%
Ventas a Franquicias	1.719.940	1.247.081	1.154.624	37,9%	8,0%
Ventas	9.588.045	9.226.629	9.239.835	3,9%	-0,1%
Otros ingresos	84.951	66.145	64.439	28,4%	2,6%
Total ingresos	9.672.996	9.292.774	9.304.274	4,1%	-0,1%
EBITDA	448.275	417.330	355.699	7,4%	17,3%
Amortización y deterioro	(269.873)	(233.644)	(224.520)	15,5%	4,1%
Resultado procedente de inmovilizado	(40.359)	(8.248)	12.305	n/a	n/a
Resultado de explotación	138.043	175.438	143.484	-21,3%	22,3%
EBITDA	448.275	417.330	355.699	7,4%	17,3%
Otros gastos e ingresos por reestructuración	28.379	(11.480)	55.110	n/a	n/a
Amortización costes logísticos incluidos en consumos de mercaderías	30.448	29.362	26.635	3,7%	10,2%
EBITDA ajustado cash	507.102	435.212	437.444	16,5%	-0,5%
Ventas "CO-CO" con IVA	8.646.180	8.736.407	8.862.927	-1,0%	-1,4%
Ventas a Franquicias con IVA	1.885.285	1.361.921	1.263.824	38,4%	7,8%
Ventas con IVA	10.531.465	10.098.328	10.126.751	4,3%	-0,3%
Tipo IVA (promedio)	9,8%	9,4%	9,6%	0,4	-0,2
Información no incluida en los estados financieros auditados.					

I. IBERIA: España y Portugal

La siguiente tabla presenta la evolución de los principales componentes del resultado de explotación para los ejercicios finalizados el 31 de diciembre de 2010, 2009 y 2008:

(miles de euros)	2010	2009	2008	Var 10-09	Var 09-08
Ventas "CO-CO"	3.949.389	4.096.088	4.172.914	-3,6%	-1,8%
Ventas a Franquicias	988.650	846.752	852.931	16,8%	-0,7%
Ventas	4.938.039	4.942.840	5.025.845	-0,1%	-1,7%
Otros ingresos	47.203	37.704	39.439	25,2%	-4,4%
Total ingresos	4.985.242	4.980.544	5.065.284	0,1%	-1,7%
EBITDA	333.323	321.942	271.375	3,5%	18,6%
Amortización y deterioro	(152.045)	(141.527)	(126.902)	7,4%	11,5%
Resultado procedente de inmovilizado	(12.773)	(7.832)	14.126	63,1%	n/a
Resultado de explotación	168.505	172.583	158.599	-2,4%	8,8%
EBITDA	333.323	321.942	271.375	3,5%	18,6%
Otros gastos e ingresos por reestructuración	25.324	(12.957)	33.466	n/a	n/a
Amortización costes logísticos incluidos en consumos de mercaderías	16.279	16.349	13.748	-0,4%	18,9%
EBITDA ajustado cash	374.926	325.334	318.589	15,2%	2,1%
Ventas "CO-CO" con IVA	4.305.019	4.444.905	4.527.049	-3,1%	-1,8%
Ventas a Franquicias con IVA	1.081.301	924.128	928.758	17,0%	-0,5%
Ventas con IVA	5.386.320	5.369.034	5.455.808	0,3%	-1,6%
Tipo IVA (promedio)	9,1%	8,6%	8,6%	0,5	-

Información no incluida en los estados financieros auditados.

Ventas: las ventas ascendieron a 4.938.039, 4.942.840 y 5.025.845 miles de euros a 31 de diciembre de 2010, 2009 y 2008, respectivamente. Ello representa una reducción de 0,1% y 1,7% en los ejercicios 2010 y 2009 respecto de los ejercicios precedentes, respectivamente.

En 2009 la crisis financiera empezó a golpear de manera violenta la economía de ambos países, España y Portugal, lo que conllevó una fuerte subida del desempleo y una bajada del consumo interno. Ello se tradujo en un cambio en el comportamiento de nuestros clientes evidenciando una compra de productos más baratos. Ante esta situación se produjo una significativa bajada de los precios de venta que ha continuado en el ejercicio 2010, especialmente durante el primer semestre.

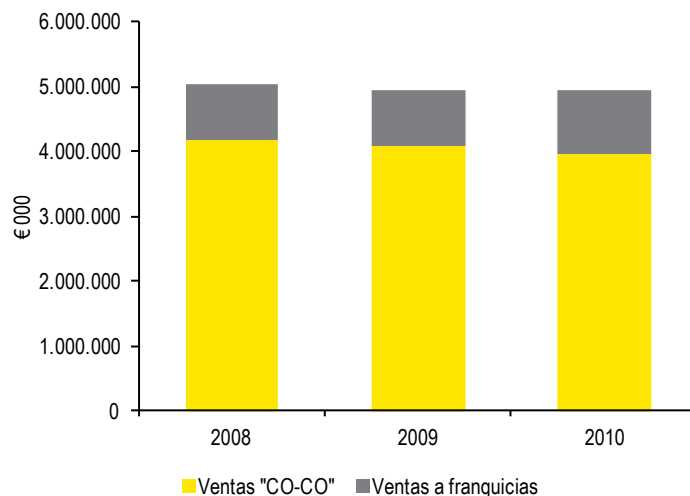
El efecto estimado en las ventas de la variación en el precio medio de venta fue de un -0,7% y -3,0% en los ejercicios 2010 y 2009 con respecto al ejercicio anterior. Ello implica, que aproximadamente, los volúmenes hayan supuesto un impacto positivo en las ventas de 0,6% y 1,3% en los ejercicios 2010 y 2009 con respecto al ejercicio anterior.

Los volúmenes del ejercicio 2010 han subido aproximadamente 0,6% debido a: (i) a la continuidad del programa de transformaciones de establecimientos (167 establecimientos "CO-CO") y (ii) a la apertura de 25 nuevos establecimientos "CO-CO" y 60 franquicias (55 establecimientos "FO-FO" y 5 establecimientos "CO-FO"), compensándose el efecto derivado del cierre de 21 establecimientos "CO-CO" y 98 franquicias (97 "FO-FO").

Los volúmenes del ejercicio 2009 subieron aproximadamente un 1,3% respecto al ejercicio 2008, superando el incremento mencionado anteriormente (2010 con respecto al 2009) debido a: (i) el número de transformaciones de establecimientos (451 establecimientos "CO-CO") y (ii) el número de aperturas, 32 nuevos establecimientos "CO-CO" y 92 franquicias (86 establecimientos "FO-FO" y 6 establecimientos "CO-FO"), compensándose el efecto derivado del cierre de 17 establecimientos "CO-CO" y 62 franquicias (60 "FO-FO").

El programa de transformaciones conlleva adaptar los establecimientos a los nuevos formatos de "DIA Market" y "DIA Maxi" (en Portugal, a pesar de que los establecimientos se llaman Minipreço adoptan el mismo formato que los establecimientos "DIA Market" y "DIA Maxi" de España).

Durante el ejercicio 2010, 186 establecimientos (55 en 2009) "CO-CO" se han traspasado a "CO-FO" principalmente. En el ejercicio 2008 no se efectuaron traspasos. Los traspasos han ocasionado que las ventas a franquicias hayan crecido un 16,8% en 2010 respecto al ejercicio anterior.



Hay que tener en cuenta que el traspaso de establecimientos "CO-CO" a franquicias (principalmente "CO-FO"), resulta de por sí, en una reducción de la cifra de ventas, ya que los precios de venta que el Grupo le aplica a los franquiciados, son inferiores a los precios de venta en los establecimientos "CO-CO". No obstante, tal y como se explica más adelante, este cambio representa una mejora en la rentabilidad del Grupo.

Otros ingresos: los otros ingresos ascendieron a 47.203 miles de euros a 31 de diciembre de 2010, lo que representa un fuerte crecimiento de 25,2% respecto de los 37.704 miles de euros a 31 de diciembre de 2009. Esta fuerte subida se debe en gran parte a la facturación de los gastos de alquiler de los establecimientos “CO-CO” que se traspasan a franquiciados y que ha crecido significativamente respecto al año anterior.

En este apartado también se contabilizan las penalizaciones impuestas a los proveedores, relativas al rechazo por parte de DIA de sus productos cuando no son acordes a los estándares de calidad impuestos por el Grupo, o bien penalizaciones por retrasos en la entrega, y establecidos por contrato.

Los otros ingresos ascendieron a 37.704 miles de euros a 31 de diciembre de 2009, lo que representa un descenso de 4,4% respecto de los 39.439 miles de euros a 31 de diciembre de 2008. Este descenso se explica por la bajada de ingresos de los subarrendatarios y que completan la oferta comercial en los establecimientos “CO-CO”.

La estrategia ha supuesto dejar de subarrendar estos espacios y utilizarlos para la exposición y venta de los productos de DIA en los establecimientos “CO-CO”.

EBITDA: alcanzó 333.323 miles de euros a 31 de diciembre de 2010, lo que supone un fuerte incremento de 3,5% respecto de los 321.942 miles de euros a 31 de diciembre de 2009.

El EBITDA pasa de representar un 6,5% de las ventas en 2009 a un 6,8% de las ventas en 2010, lo que representa un incremento de 0,3 puntos porcentuales.

Este incremento de rentabilidad se debe principalmente a:

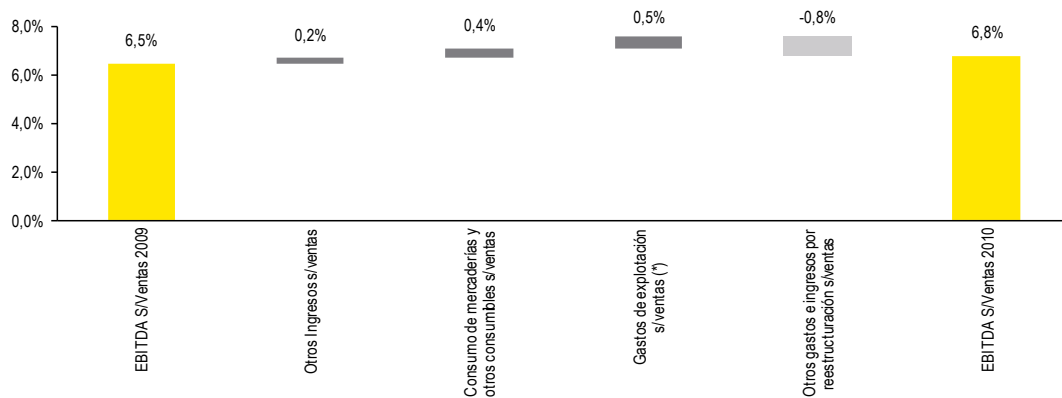
- (i) **incremento de otros ingresos:** incremento del 25,2%, en términos de ventas supone 0,2 puntos porcentuales.
- (ii) **reducción del coste del consumo de mercaderías y otros consumibles** un 0,6% (0,4 puntos porcentuales en términos de ventas) como consecuencia de la contención de los costes de compras de mercancías resultado de la buena gestión y negociación de las compras, concentrándose en la adecuación a los nuevos precios de venta.

Parcialmente compensado por;

(iii) **incremento de los gastos de explotación** un 1,9% (reducción de rentabilidad de 0,3 puntos porcentuales en términos de ventas). Para hacer frente al difícil entorno económico y a la previsible bajada de ventas, el Grupo DIA puso en marcha especialmente en España al final del año 2009 un plan de reducción de costes de cara a mantener e incluso mejorar la rentabilidad de la compañía. Para la puesta en marcha de este plan y su posterior desarrollo se ha incurrido en un coste de 25.324 miles de euros. Excluyendo el efecto de este plan, los gastos de explotación en términos de ventas mejoran un 0,5%, sobre todo debido a la positiva evolución de los gastos de personal (mejora de 0,4 puntos porcentuales).

Este plan incluye varias facetas como: (i) el traspaso de 186 establecimientos “CO-CO” a franquicias (de ellos, 185 “CO-FO”), (ii) la reorganización de las tareas de trabajo en los establecimientos y en los almacenes para aumentar la eficiencia y productividad (estos dos puntos tienen una mayor incidencia en los gastos de personal), y (iii) el cambio de la sede central del centro financiero de Madrid (complejo AZCA) a un nuevo y moderno edificio a las afueras de Madrid (Las Rozas de Madrid).

A continuación se presenta la evolución del EBITDA en términos de ventas del ejercicio 2009 al ejercicio 2010, desglosando las principales partidas de la cuenta de resultados.



(*) Los gastos de explotación se presentan excluyendo la partida de Otros gastos e ingresos por reestructuración.

Tal y como se mencionaba anteriormente el EBITDA a 31 de diciembre de 2009 alcanzó 321.942 miles de euros, lo que supone un incremento de 18,6% respecto de los 271.375 miles de euros a 31 de diciembre de 2008. Esto supone que el EBITDA pasa de representar un 5,4% de las ventas en 2008 a un 6,5% de las ventas en 2009, lo que implica un incremento de 1,1 puntos porcentuales.

El segmento Iberia mejoró su rentabilidad, principalmente como consecuencia de:

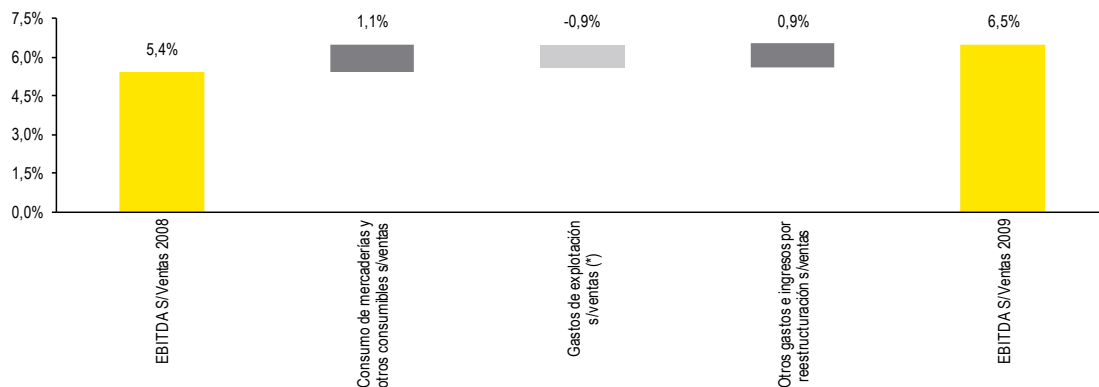
- (i) **la reducción del coste de consumo de mercaderías y otros consumibles** que ha sido un 3,0% (1,1 puntos porcentuales en términos de ventas), por los mismos motivos comentados anteriormente.
- (ii) **estabilidad por el efecto neto de los gastos de explotación** en términos de ventas, mientras que en términos absolutos se han reducido un 2,0%.

En el ejercicio 2008 se registró un gasto por importe de 33.466 miles de euros para hacer frente a costes relativos al cierre de los establecimientos Plus adquiridos en España en diciembre de 2007. En el ejercicio 2009 se revierte la provisión dotada en ejercicios anteriores por importe de 12.957 miles de euros, ya que finalmente dichos costes fueron inferiores a los previstos y se revirtió el exceso de provisión. Excluyendo el impacto que el gasto y la reversión anteriormente mencionados tienen en los gastos de explotación, éstos se incrementaron un 0,9% en términos de ventas (la partida que más incrementó fueron los gastos de personal).

Dicha subida de los gastos de explotación dio lugar a la puesta en marcha de los planes anteriormente mencionados de reducción de costes a finales del ejercicio 2009. Entre ellos, el número de establecimientos “CO-CO” que pasaron a ser franquiciados fue incrementándose paulatinamente en el transcurso del año (55 establecimientos).

Cabe destacar el importante esfuerzo comercial realizado por el Grupo para mantener las cifras de ventas. El gasto por publicidad y marketing incrementó un 16% en el 2009. Dicho nivel de gasto se ha mantenido en el ejercicio 2010.

A continuación se presenta la evolución del EBITDA en términos de ventas del ejercicio 2008 al ejercicio 2009, desglosando las principales partidas de la cuenta de resultados.



(*) Los gastos de explotación se presentan excluyendo la partida de Otros gastos e ingresos por reestructuración.

Amortización y deterioro: en el ejercicio 2010 se registró una pérdida por deterioro de valor de los establecimientos por importe de 7.494 miles de euros e imputable a España, en los ejercicios 2009 y 2008 no se registró deterioro alguno.

El gasto por amortización ascendió a 144.551, 141.527 y 126.902 miles de euros a 31 de diciembre de 2010, 2009 y 2008, respectivamente. Ello supone un incremento de 2,1% y 11,5% en 2010 y 2009 con respecto al ejercicio anterior.

El incremento de las amortizaciones es principalmente el resultado de las inversiones efectuadas para transformar los establecimientos a los nuevos formatos "DIA Market" y "DIA Maxi" (451 en el ejercicio 2009).

Resultado procedente de inmovilizado: esta partida recoge las minusvalías o plusvalías asociadas principalmente la transformación de establecimientos a los nuevos formatos "DIA Maxi" y "DIA Market" y a los cierres.

Adicionalmente, en el ejercicio 2008 se registró una plusvalía por la venta de almacenes en España, que posteriormente fueron arrendados, por importe de 20.652 miles de euros.

Resultado de explotación: como resultado de lo anterior, el resultado de explotación alcanzó 168.505, 172.583 y 158.599 miles de euros a 31 de diciembre de 2010, 2009 y 2008, respectivamente. Ello supone una reducción del 2,4% del ejercicio 2010 con respecto al ejercicio 2009 y un incremento del 8,8% del ejercicio 2009 con respecto al 2008.

En términos de ventas, esto supone que el resultado de explotación representa 3,4%, 3,5% y 3,2% de las ventas en los ejercicios 2010, 2009 y 2008, respectivamente.

No existen diferencias significativas entre las rentabilidades de los componentes del segmento Iberia. Si bien, Portugal es el país con la mayor rentabilidad del Grupo DIA (tanto en términos de EBITDA como de resultado de explotación sobre ventas).

II. FRANCIA

La siguiente tabla presenta la evolución de los principales componentes del resultado de explotación para los ejercicios finalizados el 31 de diciembre de 2010, 2009 y 2008:

<i>(miles de euros)</i>	2010	2009	2008	Var 10-09	Var 09-08
Ventas "CO-CO"	2.209.935	2.471.411	2.658.186	-10,6%	-7,0%
Ventas a Franquicias	308.535	205.566	159.931	50,1%	28,5%
Ventas	2.518.470	2.676.977	2.818.117	-5,9%	-5,0%
Otros ingresos	22.606	19.690	17.791	14,8%	10,7%
Total ingresos	2.541.076	2.696.667	2.835.908	-5,8%	-4,9%
EBITDA	86.843	86.133	83.976	0,8%	2,6%
Amortización y deterioro	(90.355)	(72.887)	(81.158)	24,0%	-10,2%
Resultado procedente de inmovilizado	(24.650)	1.445	(507)	n/a	n/a
Resultado de explotación	(28.162)	14.691	2.311	n/a	n/a
EBITDA	86.843	86.133	83.976	0,8%	2,6%
Otros gastos e ingresos por reestructuración	3.055	1.477	21.644	n/a	-93,2%
Amortización costes logísticos incluidos en consumos de mercaderías	6.419	7.386	7.404	-13,1%	-0,2%
EBITDA ajustado cash	96.317	94.996	113.024	1,4%	-16,0%
Ventas "CO-CO" con IVA	2.400.929	2.686.932	2.880.662	-10,6%	-6,7%
Ventas a Franquicias con IVA	335.099	221.738	173.333	51,1%	27,9%
Ventas con IVA	2.736.028	2.908.669	3.053.995	-5,9%	-4,8%
Tipo IVA (promedio)	8,6%	8,7%	8,4%	-0,1	0,3
Información no incluida en los estados financieros auditados.					

Ventas: las ventas ascendieron a 2.518.470, 2.676.977 y 2.818.117 miles de euros a 31 de diciembre de 2010, 2009 y 2008, respectivamente. Ello representa un descenso del 5,9% y del 5,0% en los ejercicios 2010 y 2009 respecto del ejercicio anterior, respectivamente.

El efecto en las ventas de la variación en el precio medio de venta fue de un 3,1% y 0,6% en los ejercicios 2010 y 2009 con respecto al ejercicio anterior. Ello está principalmente vinculado a la venta de productos con un precio medio de venta superior.

Por otro lado, los volúmenes tuvieron un impacto negativo aproximado en las ventas de 9,0% y 5,6% en los ejercicios 2010 y 2009 con respecto al ejercicio anterior. La evolución de los volúmenes de ventas se ve afectada por la alta competitividad del sector de la distribución en Francia, con todos los competidores haciendo promociones muy fuertes para responder a la atonía del consumo y captar clientes.

En este contexto, se tomó la decisión a principios del año 2009 de realizar una "prueba piloto" y transformar una serie de establecimientos ED a los nuevos formatos de DIA. Dado el buen resultado de dicha prueba, se tomó la decisión de transformar todos los establecimientos ED (incluidas las franquicias "CO-FO" y "FO-FO") al formato DIA, dentro de un plan de 3 años a finalizar en 2012.

En el transcurso del año 2010 se han transformado 203 establecimientos "CO-CO" de formato ED a DIA, mientras que en el ejercicio 2009 se transformaron los primeros 26 establecimientos "CO-CO". Además en 2010 se han abierto 26 nuevos establecimientos DIA, tanto "CO-CO" (17 establecimientos) como franquicias (9 establecimientos). En 2009 se han abierto 25 nuevos establecimientos "CO-CO" y 8 franquicias. Por el contrario en los ejercicios 2010 y 2009 se cerraron 15 y 9 establecimientos "CO-CO", respectivamente. Por otro lado, se cerraron 3 y 10 franquicias, respectivamente ("FO-FO").

Todo ello supone la existencia de más de 300 establecimientos DIA (incluidas franquicias) a final del año 2010, lo que representa aproximadamente un tercio del parque de establecimientos de Francia.

Dado que la transformación ha afectado a un elevado número de establecimientos, se ha estimado un impacto negativo en las ventas en el ejercicio 2010 de aproximadamente 53 millones de euros, correspondiente al cierre temporal de los establecimientos que se transforman a DIA (el periodo de cierre es de entre 4 y 8 semanas). Esto ha correspondido a una pérdida aproximada del 2,5% de las ventas comparables de los establecimientos "CO-CO" de más de un año.

Asimismo se lanzó la tarjeta de fidelidad ClubDIA (válida para los establecimientos ED y DIA) durante el verano de 2010, para ofrecer a los clientes mejores descuentos y ofertas y mejorar de esta manera la competitividad de los establecimientos.

Sin embargo, el lanzamiento de la tarjeta de fidelidad y la buena evolución de las ventas de los establecimientos transformados a DIA, así como la apertura de nuevos establecimientos “CO-CO” y franquicias no han sido suficientes para compensar la evolución de las ventas de los establecimientos ED y el impacto del adverso entorno económico. Asimismo hay que considerar el impacto de las franquicias en las ventas, más de 70 establecimientos traspasados en el ejercicio 2010 (más de 20 establecimientos traspasados en 2009) minoran las ventas totales, tal y como se ha comentado anteriormente en el Segmento Iberia.

Otros ingresos: los otros ingresos ascendieron a 22.606, 19.690 y 17.791 miles de euros a 31 de diciembre de 2010, 2009 y 2008 respectivamente. Ello representa un fuerte crecimiento de 14,8% y 10,7% en 2010 y 2009 respecto del ejercicio precedente, respectivamente.

Esta fuerte subida se debe sobre todo a la refacturación de los gastos de alquiler de los establecimientos “CO-CO” que se traspasan a franquiciados y a la facturación de royalties a las franquicias en general, siendo Francia el único país en el que se factura un royalty a las franquicias.

EBITDA: alcanzó 86.843 miles de euros a 31 de diciembre de 2010, lo que supone un incremento de 0,8% respecto de los 86.133 miles de euros a 31 de diciembre de 2009. Esto supone que el EBITDA pasa de representar un 3,2% de las ventas en 2009 a un 3,4% de las ventas en 2010, lo que equivale a un incremento de 0,2 puntos porcentuales en términos de ventas.

El segmento Francia ha mejorado su rentabilidad, principalmente como consecuencia de:

- (i) **el incremento de otros ingresos** como consecuencia principalmente del proceso de traspaso a franquicias (0,1 puntos porcentuales en términos de ventas).
- (ii) **reducción del coste por consumo de mercaderías y otros consumibles** que ha bajado un 6,7% (0,7 puntos porcentuales en términos de ventas).

Si bien una parte de la reducción del coste es atribuible a la caída de volúmenes, al igual que en Iberia la mejora de rentabilidad refleja la buena gestión y negociación de las compras del Grupo.

Los anteriores efectos positivos se han visto parcialmente compensados por;

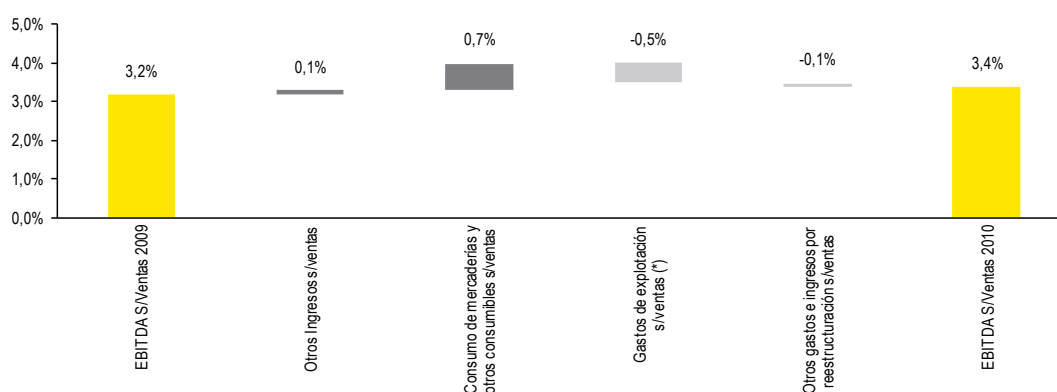
- (iii) **incremento los gastos de explotación** que si bien se reducen un 2,9% en términos absolutos, en términos de ventas se incrementan 0,6 puntos porcentuales.

De la misma manera que en España, el Grupo DIA puso en marcha en Francia al final del año 2009 un plan de reducción de costes de cara a mantener e incluso mejorar la rentabilidad de la compañía. Este plan incluye varias facetas como el traspaso de establecimientos “CO-CO” a franquicias y la reorganización de las tareas de trabajo en los establecimientos y en los almacenes para que la compañía sea más eficiente y productiva.

El ahorro más significativo por los traspasos a franquicias se produce en el coste del personal.

Adicionalmente, hay que considerar la reclasificación de una tasa (CVAE, *Cotisation sur la Valeur Ajoutée des Entreprises*) de la línea de Tributos (incluida en este epígrafe en el ejercicio 2009) al epígrafe de impuestos sobre beneficios por importe de 7.300 miles de euros en el ejercicio 2010.

A continuación se presenta la evolución del EBITDA en términos de ventas del ejercicio 2009 al ejercicio 2010, desglosando las principales partidas de la cuenta de resultados.



(*) Los gastos de explotación se presentan excluyendo la partida de Otros gastos e ingresos por reestructuración.

El EBITDA alcanzó 86.133 miles de euros a 31 de diciembre de 2009, lo que supone un incremento del 2,6% respecto de los 83.976 miles de euros a 31 de diciembre de 2008. Esto supone que el EBITDA pasa de representar un 3,0% de las ventas en 2008 a un 3,2% de las ventas en 2009, lo que equivale un incremento de 0,2 puntos porcentuales.

Este incremento de rentabilidad viene determinada principalmente por:

- (i) **incremento de otros ingresos** (0,1 puntos porcentuales sobre ventas)
- (ii) **reducción del coste de consumo de mercaderías y otros consumibles** que ha sido de un 5,3% (0,2 puntos porcentuales sobre ventas), por los mismos motivos comentados anteriormente.

Parcialmente compensada por:

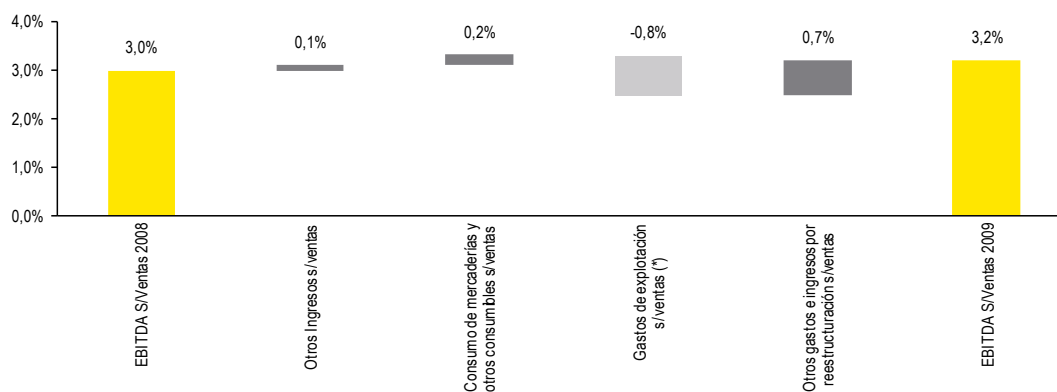
- (iii) **reducción de los gastos de explotación** 4,5% en términos absolutos, sin embargo en términos de ventas se incrementan 0,1 puntos porcentuales.

Si bien la conversión en franquicias de establecimientos “CO-CO” tuvo un impacto significativo en los gastos de personal y supuso un ahorro, el aumento de los costes de alquiler de aproximadamente 7.300 miles de euros por un incremento de la inflación del índice de la construcción en 2008 y en 2009, (sobre el que están indexados la mayor parte de los contratos de alquiler en Francia) absorbe los efectos positivos derivados del proceso de traspaso de establecimientos “CO-CO” a franquicias.

Adicionalmente en el ejercicio 2008 se han registrado gastos por importe de 21.644 miles de euros principalmente por una provisión de pago sobre un contencioso por el cálculo del IVA en Francia frente a un gasto por reestructuraciones de 1.477 miles de euros en el ejercicio 2009.

Excluyendo el impacto de los costes de reestructuración, la reducción de los gastos de explotación en términos absolutos hubiera sido del 0,5%. En términos de ventas el efecto es de 0,8 puntos porcentuales.

A continuación se presenta la evolución del EBITDA en términos de ventas del ejercicio 2008 al ejercicio 2009, desglosando las principales partidas de la cuenta de resultados.



(*) Los gastos de explotación se presentan excluyendo la partida de Otros gastos e ingresos por reestructuración.

Amortizaciones y deterioro: el gasto por amortización ascendió a 92.509 miles de euros a 31 de diciembre de 2010, lo que representa un incremento de 25,4% respecto de los 73.761 miles de euros a 31 de diciembre de 2009.

La amortización del ejercicio 2010 incluye la reestimación de la vida útil de los activos afectos a los establecimientos ED en los que se llevará a cabo la transformación a los formatos “DIA” con un impacto de 16.000 miles de euros.

Excluyendo el efecto de dicha reestimación de la vida útil, el gasto por amortización se ha incrementado en un 3,7%, consecuencia del importante esfuerzo inversor realizado para acelerar la transformación de los establecimientos a los nuevos formatos "DIA Market" y "DIA Maxi", tal y como se mencionaba en el análisis de las ventas.

Adicionalmente, esta partida recoge un ingreso por deterioro por importe de 2.154 y 874 miles de euros en el ejercicio 2010 y 2009 respectivamente. Este ingreso corresponde a la reversión del deterioro asignado a los establecimientos cerrados durante el periodo. En el ejercicio 2008 se registró un gasto por deterioro de importe de 6.304 miles de euros.

Resultados procedentes de inmovilizado: tal y como se mencionaba anteriormente, esta partida recoge principalmente las minusvalías y plusvalías derivadas del cierre y transformaciones de establecimientos.

En el ejercicio 2010 se registraron unas minusvalías por importe de 24.650 miles de euros (507 en el ejercicio 2008) frente a plusvalías por importe de 1.445 miles de euros en el ejercicio 2009 como consecuencia de la transformación de 225 establecimientos del antiguo formato ED al formato DIA (establecimientos "CO-CO" y franquicias).

En el ejercicio 2009 se registraron unas plusvalías por importe de 1.445 miles de euros frente a unas minusvalías por importe de 507 miles de euros en el ejercicio 2008. El ingreso en el ejercicio 2009 se produjo por la venta de un almacén que originó una plusvalía de 5.709 miles de euros compensado parcialmente por las minusvalías derivadas del comienzo del programa de transformaciones a formatos "DIA" y cierre de establecimientos.

Resultado de explotación: como resultado de lo anterior, el resultado de explotación alcanzó unas pérdidas de 28.162 miles de euros a 31 de diciembre de 2010, frente a un beneficio de 14.691 y 2.311 miles de euros a 31 de diciembre de 2009 y 2008, respectivamente.

En términos de ventas, representa un -1,1%, 0,5% y 0,1% en los ejercicios 2010, 2009 y 2008, respectivamente.

La mejora de rentabilidad a nivel EBITDA en 2010 se ha visto compensada por el incremento de las amortizaciones y las minusvalías como consecuencia del proceso de transformación de los establecimientos ED en DIA.

III. PAISES EMERGENTES: Turquía, Argentina, Brasil y China

La siguiente tabla presenta la evolución de los principales componentes del resultado de explotación para los ejercicios finalizados el 31 de diciembre de 2010, 2009 y 2008 para el segmento Países Emergentes formado por Argentina, Brasil, Turquía y China:

<i>(miles de euros)</i>	2010	2009	2008	Var 10-09	Var 09-08
Ventas "CO-CO"	1.708.781	1.412.049	1.254.112	21,0%	12,6%
Ventas a Franquicias	422.755	194.763	141.761	n/a	37,4%
Ventas	2.131.536	1.606.812	1.395.873	32,7%	15,1%
Otros ingresos	15.142	8.751	7.209	73,0%	21,4%
Total ingresos	2.146.678	1.615.563	1.403.082	32,9%	15,1%
EBITDA	28.109	9.255	348	n/a	n/a
Amortización y deterioro	(27.473)	(19.230)	(16.460)	42,9%	16,8%
Resultado procedente de inmovilizado	(2.936)	(1.861)	(1.314)	57,7%	41,6%
Resultado de explotación	(2.299)	(11.836)	(17.425)	-80,6%	-32,1%
EBITDA	28.109	9.255	348	n/a	n/a
Amortización costes logísticos incluidos en consumos de mercaderías	7.750	5.627	5.483	37,7%	2,6%
EBITDA ajustado cash	35.859	14.882	5.831	n/a	n/a
Ventas "CO-CO" con IVA	1.940.232	1.604.570	1.455.216	20,9%	10,3%
Ventas a Franquicias con IVA	468.885	216.055	161.733	n/a	33,6%
Ventas con IVA	2.409.117	1.820.625	1.616.949	32,3%	12,6%
Tipo IVA (promedio)	13,0%	13,3%	15,8%	-0,3	-2,5
Información no incluida en los estados financieros auditados.					

Ventas: las ventas ascendieron a 2.131.536, 1.606.812 y 1.395.873 miles de euros a 31 de diciembre de 2010, 2009 y 2008, respectivamente. Ello representa un fuerte crecimiento de 32,7% y 15,1% en 2010 y 2009 respecto del ejercicio precedente. A tasa de cambio constante el crecimiento es de 20,4% (22,5% en 2009), por lo tanto el efecto de la variación de los tipos de cambio en 2010 ha sido positivo de 12,3% (negativo de 7,4% en 2009).

El efecto estimado en las ventas de la variación en el precio medio de venta fue de un 9,9% y 7,1% en los ejercicios 2010 y 2009 con respecto al ejercicio anterior. El principal motivo de la variación en el precio medio de venta es la inflación característica de estos países.

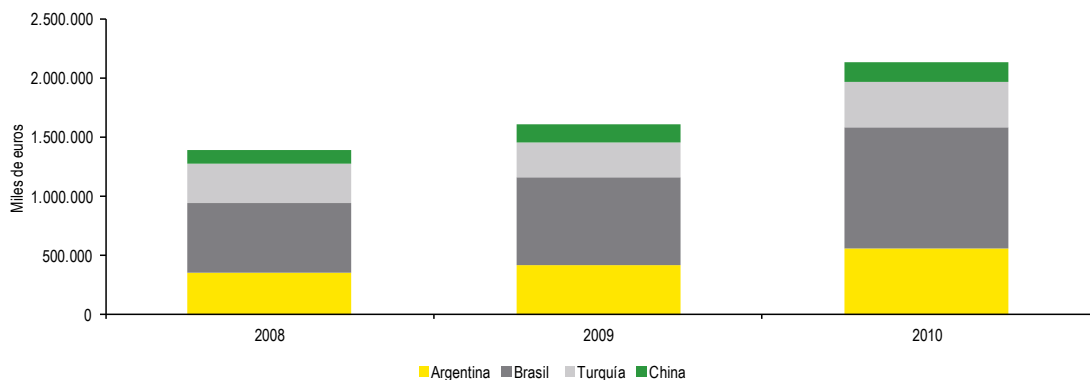
Ello implica que aproximadamente los volúmenes, a tasa de cambio constante, hayan tenido un impacto positivo en las ventas de 10,5% y 15,4% en los ejercicios 2010 y 2009 con respecto al ejercicio anterior.

El crecimiento de ventas ha sido muy sostenido en todos los países gracias a la buena evolución de las ventas de los establecimientos "CO-CO" con más de un año de vida (incrementos de ventas con IVA del 13,4% y del 14,0% en los ejercicios 2010 y 2009, respectivamente). Así mismo han tenido incidencia en el crecimiento de las ventas, los establecimientos abiertos en el ejercicio (201

establecimientos “CO-CO” y 240 franquicias en 2010, 105 y 160 en 2009, respectivamente). Todas las aperturas de franquicias fueron “FO-FO” salvo 2 “CO-FO” en el ejercicio 2009. Este efecto ha compensado la incidencia negativa de los cierres llevados a cabo 31 y 44 establecimientos “CO-CO” y 105 y 66 franquicias (83 y 62 “FO-FO”) en los ejercicios 2010 y 2009, respectivamente.

La presencia del Grupo DIA en estos países se encuentra en fase de expansión, de ahí el elevado número de establecimientos nuevos en un ejercicio.

A continuación se presenta la evolución de las ventas por país incluido en el segmento 3:



Otros ingresos: los otros ingresos ascendieron a 15.142, 8.751 y 7.209 miles de euros a 31 de diciembre de 2010, 2009 y 2008.

Ello representa un incremento de 73,0% y 21,4% en 2010 y 2009 con respecto al ejercicio precedente.

Estas variaciones se deben tanto a la refacturación de los gastos de alquiler de los establecimientos “CO-CO” que se traspasan a franquiciados “CO-FO” (81 establecimientos en 2010 y 67 en 2009) como a las penalizaciones por falta de calidad a los proveedores.

Tal y como se mencionaba anteriormente, estas penalizaciones consisten en indemnizaciones económicas de los proveedores por el rechazo por parte de DIA de sus productos cuando no están acordes a los estándares de calidad, o bien penalizaciones por retrasos en la entrega, fijados por contrato.

EBITDA: el EBITDA ascendió a 28.109 miles de euros a 31 de diciembre de 2010, lo que supone triplicar la cifra de 9.255 miles de euros a 31 de diciembre de 2009. Esto supone que el EBITDA pasa de representar un 0,6% de las ventas en 2009 a un 1,3% de las ventas en 2010, ello implica un crecimiento de 0,7 puntos porcentuales.

Las mejoras de rentabilidad se han producido en todos los países, siendo Argentina el país más rentable del segmento.

El incremento de la rentabilidad se debe a:

- (i) **el incremento de otros ingresos** (0,2 puntos porcentuales sobre las ventas)
- (ii) la contención de gastos generales (principalmente gastos de personal), la absorción de costes fijos y traspaso de establecimientos “CO-CO” a franquicias han derivado en una **reducción de los gastos de explotación** en términos de venta 0,9 puntos porcentuales. Si bien, en términos absolutos estos se han incrementado un 24,1%.

Adicionalmente al esfuerzo realizado para contener la subida de gastos por debajo de la subida de las ventas y la mayor absorción de costes fijos derivada de la fase de crecimiento, se ha conseguido incrementar el impacto del ahorro de costes con el traspaso de establecimientos “CO-CO” a franquicias, “CO-FO” (81 establecimientos).

Los anteriores efectos positivos se ven parcialmente compensados por:

- (iii) pérdida de rentabilidad derivada del **consumo de mercaderías y otros consumibles** en 0,4 puntos porcentuales en términos de ventas. Estos costes han subido un 33,3% en términos absolutos.

Pese a los esfuerzos por la contención de compras de mercaderías, la capacidad negociadora de DIA en los países emergentes es algo todavía inferior a su capacidad en los segmentos Iberia y Francia.

A continuación se presenta la evolución del EBITDA en términos de ventas del ejercicio 2009 al ejercicio 2010, desglosando las principales partidas de la cuenta de resultados.



El EBITDA ascendió a 9.255 miles de euros a 31 de diciembre de 2009, lo que supone una mejora de 8.907 miles de euros respecto de los 348 miles de euros a 31 de diciembre de 2008. Esto supone que el EBITDA pasa de ser ligeramente positivo en 2008 a un 0,6% de las ventas en 2009, lo que representa un incremento de aproximadamente 0,6 puntos porcentuales.

Las mejoras de rentabilidad se han producido en todos los países.

El incremento de la rentabilidad se debe principalmente a:

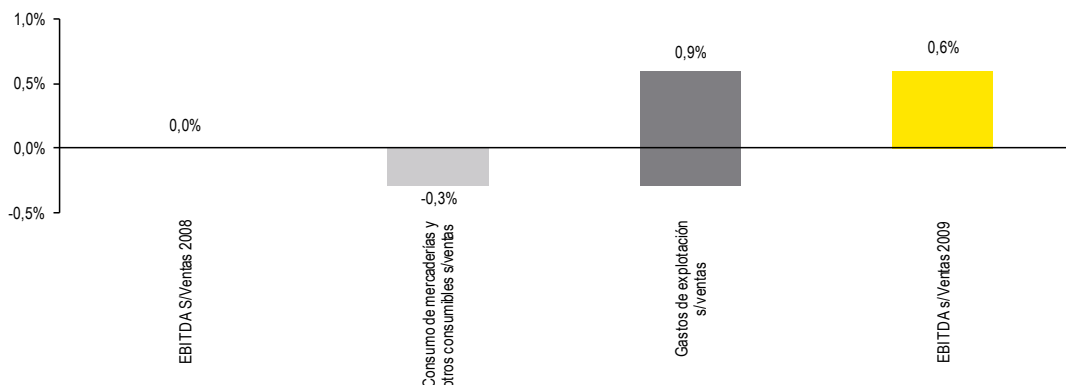
- (i) **Gastos de explotación:** que presentan una subida de 8,6% en términos absolutos. Si bien en términos de ventas se reducen 0,9 puntos porcentuales.

En líneas generales, el incremento de los gastos de explotación es relativo a la expansión del Grupo en los países emergentes. No obstante, el traspaso de establecimientos “CO-CO” a franquicias “CO-FO” (67 establecimientos) ha contribuido a contener el crecimiento de dichos gastos. Tal y como se mencionaba anteriormente estos traspasos principalmente implican ahorros de costes de personal y suministros y han contribuido al incremento de la rentabilidad.

Si bien este incremento de rentabilidad se ve compensado por

- (ii) **Consumo de mercaderías y otros consumibles:** el consumo de mercaderías y otros consumibles ha subido el 15,6% (aumento de 0,3 puntos porcentuales en términos de ventas). Pese a los esfuerzos por la contención de compras de mercaderías, la capacidad negociadora de DIA en los países emergentes era algo inferior a su capacidad en España, Francia y Portugal.

A continuación se presenta la evolución del EBITDA en términos de ventas del ejercicio 2008 al ejercicio 2009, desglosando las principales partidas de la cuenta de resultados.



Amortizaciones y deterioro: las amortizaciones ascendieron a 24.813, 19.230 y 16.460 miles de euros a 31 de diciembre de 2010, 2009 y 2008, respectivamente.

El incremento de las amortizaciones es el resultado del esfuerzo inversor que ha tenido lugar en estos países para la apertura de nuevos establecimientos y transformación de los ya existentes a los nuevos modelos "DIA Market".

Adicionalmente esta partida considera una pérdida por deterioro en el ejercicio 2010 por importe de 2.660 miles de euros.

Resultados procedentes de inmovilizado: tal y como se mencionaba anteriormente, esta partida recoge las minusvalías y plusvalías derivadas del cierre y transformaciones de establecimientos.

Resultado de explotación: como resultado de lo anterior, el resultado de explotación fue una pérdida de 2.299, 11.836 y 17.425 miles de euros a 31 de diciembre de 2010, 2009 y 2008, respectivamente.

Esto supone que el resultado de explotación representa un negativo 0,1%, 0,7% y 1,2% de las ventas en los ejercicios 2010, 2009 y 2008 respectivamente.

El impacto de la creciente amortización, derivada del proceso de expansión, absorbe la rentabilidad obtenida a nivel EBITDA.

Otros parámetros

Adicionalmente debe tenerse en cuenta que en términos de análisis, la Dirección emplea dos parámetros importantes:

- (i) El "EBITDA ajustado cash" se define como el "Resultado de explotación" antes de "Resultados procedentes de inmovilizado", "Amortizaciones y deterioro", amortización de activos logísticos incluida en el epígrafe de la cuenta de resultados "Consumo de mercaderías y otros consumibles" y otros gastos e ingresos por reestructuración (incluidos en el epígrafe de "Gastos de explotación").

La Dirección emplea este parámetro al ser el principal indicador de generación de caja operativa recurrente del ejercicio. Por ello se excluye: (i) la amortización y deterioro (considerando también la amortización de activos logísticos), al no representar una salida de caja y (ii) los otros gastos e ingresos por reestructuración y resultados procedentes de inmovilizado, al considerarse situaciones no recurrentes a futuro y no ligadas a la evolución operativa del negocio.

- (ii) Cifra de ventas con y sin IVA: se analiza y monitoriza la cifra de ventas con y sin IVA, tal y como es costumbre en el sector.

No se ha apreciado históricamente estacionalidad significativa en las ventas trimestrales, si bien estas son mayores en el último trimestre del ejercicio.

A continuación se muestra la evolución de las ventas con IVA de los establecimientos “CO-CO” comparables con más de un año de vida, respecto del ejercicio anterior:

	Var 10-09	Var 09-08
Iberia	-1.3%	-2.1%
Francia	-8.4%	-7.5%
Países Emergentes	13.4%	14.0%
Total Grupo DIA	-0.8%	-1.4%

Nota: Cifras no auditadas.

Este parámetro enseña la evolución orgánica de las ventas, ya que muestra la variación en las ventas de establecimientos “CO-CO” que son realmente comparables al tener ventas tanto en el ejercicio anterior como en el ejercicio de referencia. Por ello, excluye el efecto en las ventas de los establecimientos abiertos o cerrados durante el ejercicio objeto de análisis y el precedente.

Se ha de tener en cuenta que al analizar las partidas de la cuenta de resultados en términos de ventas se hace referencia a ventas sin IVA.

9.2.3 **Información relativa a cualquier actuación o factor de orden gubernamental, económico, fiscal, monetario o político que, directa o indirectamente, hayan afectado o pudieran afectar de manera importante a las operaciones del Emisor.**

Los principales factores de esta índole que podrían tener incidencia en las perspectivas del emisor son aquellos detallados en el apartado I (factores de riesgo) del presente Documento de Registro, así como lo expuesto en el marco regulatorio aplicable a las actividades del emisor.

10. RECURSOS DE CAPITAL

10.1 Información relativa a los recursos de capital del Emisor (a corto y a largo plazo)

Hasta la fecha de registro del presente Documento de Registro y desde su integración en el Grupo Carrefour, el Grupo DIA ha financiado sus actividades principalmente con:

- Generación de caja procedente de sus actividades ordinarias.
- Financiación recibida:
 - de empresas del grupo Carrefour principalmente,
 - y en menor medida de entidades de crédito.

Patrimonio neto

- Información histórica

A continuación se incluye un resumen de la situación del patrimonio neto consolidado del Grupo DIA a 31 de diciembre de 2010, 2009 y 2008 y a 31 de marzo de 2011 de acuerdo con las NIIF-UE. Nótese que la información financiera consolidada del Grupo DIA correspondiente al periodo de 3 meses finalizado el 31 de marzo del 2011 ha sido objeto de revisión limitada por KMPG.

(miles de euros)	31.03.2011	2010	2009	2008	Var.10 -09	Var.09 -08
Capital	67.934	3.899	3.899	3.899	-	-
Prima de emisión	784.498	848.533	848.533	848.533	-	-
Reservas	(440.527)	(565.396)	(178.533)	(181.748)	217%	-2%
Reservas Iberia	(32.942)	(212.495)	163.865	90.003	-230%	82%
Reservas Francia	(87.769)	(42.396)	(27.397)	11.179	55%	-345%
Reservas Países Emergentes	(319.816)	(310.505)	(315.001)	(282.930)	-1%	11%
Beneficio neto del ejercicio	4.080	122.149	124.008	82.078	-1%	51%
Diferencias de conversión	3.253	4.594	1.678	(12.209)	174%	-114%
Otros instrumentos de patrimonio	14.333	16.504	11.520	7.343	43%	57%
Patrimonio neto atribuido a tenedores de instrumentos de la dominante	433.571	430.283	811.105	747.896	-47%	8%
Participaciones no dominantes	(8.494)	(7.794)	(6.242)	(3.186)	25%	96%
Total Patrimonio neto	425.077	422.489	804.863	744.710	-48%	8%

Esta tabla detalla el desglose de los recursos propios consolidados del Grupo DIA, que incluye la prima de emisión susceptible de distribución.

La disminución de las reservas en Iberia durante el ejercicio 2010 responde fundamentalmente a la distribución de dividendos llevada a cabo en este periodo. La evolución de las reservas en Francia responde al efecto conjunto de a) la imputación de resultados del ejercicio anterior y b) la distribución a la sociedad dominante de dividendos por importe aproximado de 20.000 miles de euros (exceptuando el ejercicio 2011, en que no ha tenido lugar esta distribución). En

los Países Emergentes, las reservas negativas se explican por las pérdidas acumuladas en todos los países que componen este segmento.

A 31 de diciembre de 2010 la prima de emisión incluye, por un lado, un importe de 797 miles de euros procedente de un aumento de capital social de 1992, y por otro, un importe de 847.736 miles de euros, originado durante 2004, como consecuencia de una ampliación de capital totalmente suscrita y desembolsada por la entidad francesa Erteco SAS, aportando en pago las 39.686 acciones que correspondía al 100% de la participación que tenía el subscriptor en la también entidad francesa denominada ED SAS.

Dicha participación está valorada a su valor razonable en las cuentas anuales individuales de la Sociedad dominante preparado de conformidad con las normas establecidas en el Plan General de Contabilidad de España.

Sin embargo, en los estados financieros consolidados bajo NIIF-UE, debido a la opción elegida por el Grupo DIA para preparar sus primeros estados financieros consolidados bajo NIIF-UE al 1 de enero de 2008 sobre la base de los valores contables de sus activos y pasivos, tal y como figura en las cuentas anuales consolidadas del grupo Carrefour, ésta participación está valorada al valor histórico que la misma tenía en el grupo Carrefour (teniendo este hecho un impacto negativo en las reservas consolidadas).

El apartado 20.1.4 del presente Documento de Registro incluye estados de cambios en el patrimonio neto consolidados para el periodo cubierto por la información financiera histórica.

El accionista único de Grupo DIA acordó, en la junta general de accionistas del pasado 24 de junio de 2010, la distribución de un dividendo contra el resultado del ejercicio 2009 por un importe total de 80.000 miles de euros, que ha sido pagado en septiembre de 2010.

Posteriormente, con fecha 20 de diciembre de 2010 el accionista único aprobó el reparto de un dividendo extraordinario contra las reservas de DIA individual por un total de 452.000 miles de euros. Dicho importe se ha pagado 21 de diciembre de 2010.

La composición del patrimonio neto de acuerdo con las normas establecidas en el Plan General de Contabilidad de España de la sociedad individual DIA y la evolución del mismo entre el 31 de diciembre 2009 y el 31 de diciembre del 2010, así como a 31 de marzo de 2011 (nótese que la información financiera para la sociedad individual DIA correspondiente a 31 de marzo del 2011 no ha sido objeto de ningún tipo de auditoría o revisión por KMPG), que recoge las distribuciones de dividendos comentados anteriormente, ha sido la siguiente:

<i>(miles de euros)</i>	Marzo 2011	2010	2009	Var. 11-10	Var.10-09
Capital	67.934	3.899	3.899	n/a	-
Prima de emisión	784.498	848.533	848.533	-8%	-
Reservas	209.825	5.902	383.221	n/a	-98%
<i>Legal y estatutarias</i>	780	780	780	-	-
<i>Otras reservas</i>	209.045	5.122	382.441	n/a	-99%
Resultados de ejercicios anteriores	-	-	2.346	-	-100%
Beneficio neto del ejercicio	54.654	202.803	151.858	n/a	34%
Otros instrumentos de patrimonio	10.052	10.827	7.834	-7%	38%
Fondos propios	1.126.963	1.071.964	1.397.691	5%	-23%
Ajustes por cambios de valor	(142)	(20)	(14)	n/a	43%
Subvenciones, donaciones y legados recibidos	850	882	747	-4%	18%
Total patrimonio neto	1.127.671	1.072.826	1.398.424	-5%	-23%

Con fecha 25 de marzo de 2011, se decide la ampliación del capital social de Sociedad Distribuidora Internacional de Alimentación, S.A. por importe de 64.035, hasta alcanzar los 67.934 miles de euros de capital, con cargo a la prima de emisión. Adicionalmente, la composición del capital social pasa de estar compuesto por 648.717 acciones ordinarias de 6,01 euros de valor nominal por acción, a estar compuesto por 679.336.000 acciones ordinarias de 0,10 euros de valor nominal por acción.

El detalle de los dividendos pagados y propuestos en los últimos tres ejercicios, se muestra en la siguiente tabla.

<i>(miles de euros)</i>	2010	2009	2008
Dividendos sobre acciones ordinarias	80.000	75.000	70.000
Dividendo extraordinario	452.000	-	-
Total dividendos	532.000	75.000	70.000
Dividendos por acción (en euros)	820	116	108

Además, como se ha comentado en la sección 5.2 del presente Documento de Registro, el 2 de mayo de 2011 la sociedad ED (filial francesa perteneciente al Grupo DIA) llevó a cabo la adquisición de Erteco SAS por importe de 40 millones de euros, afectando negativamente esta operación a los fondos propios consolidados en 22.665 miles de euros, como consecuencia de la valoración de la participación adquirida al valor histórico que tenía en el Grupo Carrefour. (en coherencia con la opción elegida por el Grupo DIA para la elaboración de sus estados financieros consolidados, de acuerdo con las posibilidades que ofrece la NIIF1).

- Previsión de evolución de patrimonio neto consolidado

Se prevé la distribución de 368.600 miles de euros (0,54 euros de dividendos por acción), una vez aprobada la misma por la Junta General de Accionistas, y antes de la verificación de la nota de valores por la CNMV. Esta distribución se prevé realizar contra la prima de emisión (166.341 miles de euros) y contra reservas (202.259 miles de euros).

De este modo, los fondos propios consolidados tras la realización de esta distribución quedarían como se muestra a continuación:

<i>(miles de euros)</i>	2010 (*)	Ampliación de capital	Integración de Erteco	Dividendos	Previsión patrimonio neto
Capital	3.899	64.035	-	-	67.934
Prima de emisión	848.533	(64.035)	-	(166.341)	618.157
Reservas consolidadas (incluyendo beneficio neto)	(422.149)	-	(22.665)	(202.259)	(647.073)
Patrimonio neto atribuido a tenedores de instrumentos de la dominante	430.283	-	(22.665)	(368.600)	39.018

(*) Auditado.

- Previsión de evolución de patrimonio neto de la Sociedad dominante

Los fondos propios de la sociedad dominante DIA, de acuerdo con el Plan General Contable Español, tras la realización de la distribución mencionada en el punto anterior sería la siguiente:

<i>(miles de euros)</i>	2010 (*)	Distribución de resultado	Ampliación de capital	Dividendos	Previsión de patrimonio neto
Capital	3.899	-	64.035	-	67.934
Prima de emisión	848.533	-	(64.035)	(166.341)	618.157
Reservas	5.902	202.803	-	(202.259)	6.446
<i>Legal y estatutarias</i>	780	-	-	-	780
<i>Otras reservas</i>	5.122	202.803	-	(202.259)	5.666
Resultados de ejercicios anteriores	-	-	-	-	-
Beneficio neto del ejercicio	202.803	(202.803)	-	-	-
Otros instrumentos de patrimonio	10.827	-	-	-	10.827
Fondos propios	1.071.964	-	-	(368.600)	703.364
Ajustes por cambios de valor	(20)	-	-	-	(20)
Subvenciones, donaciones y legados recibidos	882	-	-	-	882
Total patrimonio neto	1.072.826	-	-	(368.600)	704.226

(*) Auditado

Deuda financiera neta

- *Información histórica*

Nótese que la información financiera del Grupo DIA mostrada en este apartado, y correspondiente al periodo de 3 meses finalizado el 31 de marzo del 2011 ha sido objeto de revisión limitada por KMPG.

Se incluye a continuación el detalle de la deuda financiera neta del Grupo DIA a 31 de marzo de 2011 y a 31 de diciembre de 2010, 2009 y 2008.

(miles de euros)	Marzo 2011	2010	2009	2008	Var 10- 09	Var 09-08
Acreeedores por arrendamientos financieros	568	525	2.016	5.282	-74%	-62%
Otras deudas con empresas del grupo	19.163	12.217	12.862	20.852	-5%	-38%
Préstamo hipotecario	6.942	7.506	9.196	10.790	-18%	-15%
Préstamo bancario	5.280	4.301	1.524	8.318	182%	-
Deudas representadas por efectos a pagar	4	5	27	36	-81%	-25%
Fianzas y depósitos recibidos	3.537	3.440	2.944	2.619	17%	12%
Total deuda financiera no corriente (A)	35.494	27.994	28.569	47.897	-2%	-40%
Acreeedores por arrendamientos financieros	1.109	1.788	4.056	3.364	-56%	21%
Otras deudas con empresas del grupo	447.064	507.159	183.462	243.855	176%	-25%
Préstamo hipotecario	1.691	1.691	1.594	1.505	6%	6%
Préstamo bancario	806	169	935	-	-82%	-
Dispuesto en líneas de crédito	58.426	28.985	24.194	26.950	20%	-10%
Fianzas y depósitos recibidos	767	667	798	1.269	-16%	-37%
Total deuda financiera corriente (B)	509.863	540.459	215.039	276.943	151%	-22%
Total deuda financiera (A) + (B)	545.357	568.453	243.608	324.840	133%	-25%
Efectivo y saldos en cuentas corrientes	137.629	167.103	167.494	133.738	-0%	25%
Otros activos equivalentes	33.900	149.739	83.284	170.941	80%	-51%
Total efectivos líquidos (C)	171.529	316.842	250.778	304.679	26%	-18%
Deuda financiera neta (A)+(B)-(C)	373.828	251.611	(7.170)	20.161	-3.609%	-136%

Los "Acreeedores por arrendamientos financieros" recogen principalmente saldos a pagar por arrendamientos de establecimientos, clasificándose en corriente o no corriente en función del vencimiento de las cuotas a pagar.

El epígrafe "Otras deudas con empresas del grupo" clasificado como deuda financiera no corriente está compuesto principalmente por el saldo de los préstamos de las sociedades chinas con Carrefour China. Los préstamos con estas empresas del grupo devengan tipos de interés de mercado.

El epígrafe "Otras deudas con empresas del grupo" corriente recoge las cuentas corrientes financieras de Carrefour Finance, S.A. y Erteco SAS (Francia) con el Grupo DIA, que devengan un tipo de interés de mercado. Igualmente, este epígrafe incluye un préstamo concedido el 21 de diciembre de 2010 por Carrefour Finance, S.A. a la Sociedad dominante del Grupo DIA, por importe de 200.000 miles de euros, que devenga un tipo de interés del 2,018% nominal anual y tiene vencimiento en junio de 2011 (Euribor seis meses + 0,75%).

El incremento de las deudas corrientes con empresas del Grupo a 31 de diciembre de 2010 con respecto a 31 de diciembre de 2009 se debe principalmente a la financiación obtenida del grupo Carrefour para el pago del dividendo extraordinario de 452 millones de euros, realizado el 21 de diciembre de 2010, tal y como se ha descrito en párrafos anteriores. Por el contrario, la disminución de este saldo durante los tres primeros meses de 2011 en 60.095 miles de euros responde fundamentalmente a la cancelación de deudas contraídas por España con el Grupo Carrefour; este pago fue realizado en parte gracias al cobro de 40.000 miles de euros de dividendos recibido por España de Portugal. Este hecho explica parcialmente la reducción experimentada en la partida de “*Efectivo y otros activos líquidos equivalentes*” desde 31 de diciembre de 2010 hasta 31 de marzo de 2011.

El préstamo hipotecario recoge la hipoteca sobre el almacén de "Twins Alimentación S.A.U.", sito en Sevilla, sujeto a hipoteca de primer grado para garantizar un préstamo bancario del Grupo y su posterior ampliación por importe total de 9.197 miles de euros. El primer tramo vence en el ejercicio 2013 (saldo de 2.472 miles de euros a 31 de diciembre de 2010) y el segundo tramo (ampliación; saldo de 6.725 miles de euros a 31 de diciembre de 2010) en el ejercicio 2019. Este préstamo hipotecario devenga tipo de interés fijo.

Adicionalmente a la financiación obtenida a través del grupo Carrefour, el Grupo DIA ha obtenido financiación bancaria a largo plazo de entidades financieras. En los segmentos Iberia y Francia dicha financiación se obtiene en euros y generalmente está referenciado al EURIBOR más un diferencial de mercado (entre 0,5% y 2%).

En los países emergentes la financiación bancaria se ha obtenido de bancos locales, principalmente en la divisa local y con los tipos de interés indexados al tipo de referencia habitual del país (Central Bank of China interest rate, tasa Badlar-Argentina, TRYIBOR-The Interbank Turkish Lira Reference Interest Rate-Turquía y el Crédito de Depósito Interbancario-Brasil -) más un diferencial de mercado (entre 0,5% y 2%).

El Grupo tiene pólizas de crédito al 31 de diciembre de 2010 con un límite de crédito de 270.300 miles de euros (2009: 217.500 miles de euros, 2008: 161.800 miles de euros), de las que estaban dispuestas 28.985 miles de euros (2009: 24.194 miles de euros, 2008: 26.950 miles de euros).

A continuación se muestra el detalle de vencimiento del montante de las líneas de crédito no dispuesto a 31 de diciembre de 2010:

<i>(miles de euros)</i>	En 1 año	En 2 años	3 a 5 años	+ 5 años	Total
Líneas de crédito (no dispuesto)	117.752	32.758	1.900	88.905	241.315

A 31 de marzo de 2011 el Grupo dispone de pólizas de crédito por importe de 252.991 miles de euros, de las que estaban dispuestas 58.426 miles de euros, lo que supone un incremento de saldo de 29.441 miles de euros con respecto al 31 de diciembre de 2010. Estos aumentos se han producido principalmente en Turquía, (por un importe de 17.688 miles de euros), y en Brasil (por importe de 9.792 miles de euros).

La siguiente tabla muestra el detalle de vencimiento del montante de las líneas de crédito no dispuesto a 31 de marzo de 2011:

<i>(miles de euros)</i>	En 1 año	En 2 años	3 a 5 años	+ 5 años	Total
Líneas de crédito (no dispuesto)	86.907	32.112	1.900	73.646	194.565

El epígrafe de fianzas y depósitos recibidos recoge principalmente las cantidades recibidas de los subarrendatarios de establecimientos (“CO-CO” y “CO-FO”), en garantía de los contratos de alquiler, y su saldo se mantiene relativamente estable durante los ejercicios 2010, 2009 y 2008.

La siguiente tabla desglosa los vencimientos de la deuda financiera detallada anteriormente (A+B):

<i>(miles de euros)</i>	Marzo 2011	2010	2009	2008
Hasta un año	509.863	540.459	215.039	276.943
De uno a dos años	22.624	9.185	17.407	31.138
De tres a cinco años	4.484	12.207	4.348	9.943
Más de cinco años	5.286	4.698	3.870	4.161
Indeterminado (*)	3.100	1.904	2.944	2.655
Total	545.357	568.453	243.608	324.840

(*) Recoge principalmente devoluciones de fianzas recibidas por subarrendamientos.

Como se aprecia en la tabla anterior, existe un porcentaje elevado de deuda que vencerá en el corto plazo, principalmente debido a la financiación que el grupo Carrefour presta al Grupo DIA; dicha deuda se prevé refinanciar bajo las condiciones descritas en el presente apartado en la sección de “Previsión de evolución de la deuda financiera neta” (b).

Los intereses devengados por la deuda financiera durante los ejercicios 2010, 2009 y 2008 ascendieron a 4.987, 5.742 y 7.417 miles de euros, respectivamente. Durante el primer trimestre del 2011 estos gastos ascendieron a 3.991 miles de euros.

A continuación se incluyen los principales ratios de apalancamiento del Grupo DIA a 31 de diciembre de 2010, 2009 y 2008:

<i>(miles de euros)</i>	2010	2009	2008
Deuda financiera neta (1)	251.611	(7.170)	20.161
% Endeudamiento (2)	37%	-1%	3%
Deuda financiera neta/EBITDA (veces EBITDA) (3)	0,56x	-0,02x	0,06x
Deuda financiera neta/EBITDA ajustado cash (<i>veces EBITDA ajustado cash</i>) (4)	0,50x	-0,02x	0,05x
Ratio de solvencia (5)	1,15	1,33	1,29

- (1) Deuda financiera no corriente + Deuda financiera corriente – Total efectivos y otros activos líquidos equivalentes.
- (2) Deuda financiera neta / (Deuda financiera neta + Total Patrimonio neto).
- (3) El “EBITDA” se define como el “Resultado de explotación” antes de “Resultados procedentes de inmovilizado” y “Amortizaciones y deterioro”.
- (4) El "EBITDA ajustado cash" se define como el “Resultado de explotación” antes de “Resultados procedentes de inmovilizado”, “Amortizaciones y deterioro”, amortización de activos logísticos incluida en el epígrafe de la cuenta de resultados “Consumo de mercaderías y otros consumibles” y otros gastos e ingresos por reestructuración (incluidos en el epígrafe de "Gastos de explotación").
- (5) Total activo / (Pasivos no corrientes + Pasivos corrientes).

- *Previsión de la evolución de la deuda financiera neta*

Partiendo de la deuda financiera neta existente a 31 de diciembre de 2010, y considerando:

- los dividendos y financiación que se estima incurrir y obtener, y
- el impacto de la integración de Erteco (4.775 miles de euros, correspondiente al neto del importe de compra de esta compañía 40.000 miles de euros y de su tesorería 35.225 miles de euros), comentada previamente en esta sección y en el apartado 5.2 del presente Documento de Registro,

la previsión de la deuda financiera neta basada en las cifras del 31 de diciembre de 2010 ascendería a 624.986 miles de euros, y se clasificaría, en base al calendario de amortización estimado (por tramos como se explicará en líneas posteriores de esta sección), según se muestra en la siguiente tabla:

<i>(miles de euros)</i>	2010 (*)	Integración de Erteco	Dividendos	Financiación	Previsión
Deuda financiera no corriente con empresas del Grupo	12.217	-	-	(12.217)	-
Deuda financiera no corriente con entidades de crédito	12.332	-	-	700.000	712.332
Otra deuda financiera no corriente	3.445	-	-	-	3.445
Deuda financiera no corriente	27.994	-	-	687.783	715.777
Deuda financiera corriente con empresas del Grupo	507.159	4.775	368.600	(880.534)	-
Deuda financiera corriente con entidades de crédito	32.633	-	-	192.751	225.384
Otra deuda financiera corriente	667	-	-	-	667
Deuda financiera corriente	540.459	4.775	368.600	(687.783)	226.051
Total deuda financiera (A) + (B)	568.453	4.775	368.600	-	941.828
Efectivo y otros activos líquidos equivalente	316.842	-	-	-	316.842
Deuda financiera neta (**)	251.611	4.775	368.600	-	624.986

(*) Auditado.

(**) Deuda financiera no corriente + Deuda financiera corriente – Total Efectivos y otros activos líquidos equivalentes.

Se estima que esta deuda prevista se amortice según el siguiente calendario:

<i>(miles de euros)</i>	Hasta 1 año	De 1 a 2 años	De 3 a 5 años	Más 5 de años	Indeterminado (*)	Total
Deuda financiera neta prevista	226.051	75.731	213.444	424.698	1.904	941.828

(*) Recoge principalmente devoluciones de fianzas recibidas por subarrendamientos.

Los principales ratios de apalancamiento del Grupo DIA para la deuda financiera neta estimada, se muestran a continuación:

<i>(miles de euros)</i>	Previsión 2010
Deuda financiera neta prevista (1)	624.986
% Endeudamiento (2)	94%
Deuda financiera neta prevista/EBITDA (<i>veces EBITDA</i>) (3)	1,39x
Deuda financiera neta prevista/EBITDA ajustado cash (<i>veces EBITDA ajustado cash</i>) (4)	1,23x

(1) Deuda financiera no corriente + Deuda financiera corriente – Total Efectivos y otros activos líquidos equivalentes.

(2) Deuda financiera neta / (Deuda financiera neta + Total Patrimonio neto).

(3) El "EBITDA" se define como el "Resultado de explotación" antes de "Resultados procedentes de inmovilizado" y "Amortizaciones y deterioro". (Este EBITDA es el del ejercicio 2010)

(4) El "EBITDA ajustado cash" se define como el "Resultado de explotación" antes de "Resultados procedentes de inmovilizado", "Amortizaciones y deterioro", amortización de activos logísticos incluida en el epígrafe de la cuenta de resultados "Consumo de mercaderías y otros consumibles" y otros gastos e ingresos por reestructuración (incluidos en el epígrafe de "Gastos de explotación"). (Este EBITDA ajustado cash es el del ejercicio 2010).

a) Dividendos

Como se ha comentado en la sección de “*Patrimonio neto*” dentro del punto 10.1 del presente Documento de Registro, en diciembre de 2010 se ha repartido un dividendo extraordinario por importe de 452 millones de euros, que ha sido financiado con recursos del Grupo, recogidos en el epígrafe de “*Deuda financiera corriente con empresas del Grupo*”.

En este sentido, y como se muestra en la tabla de “Previsión de evolución de patrimonio neto”, el Grupo DIA también tiene previsto distribuir un dividendo extraordinario adicional de 368.600 miles de euros al accionista único. Dicho reparto se realizará antes de la escisión, una vez aprobada su distribución por la Junta General de Accionistas y antes de la verificación de la nota de valores por la CNMV, como se ha mencionado previamente en esta Sección.

b) Financiación

La deuda financiera neta prevista del Grupo DIA representa una imputación de la deuda del grupo Carrefour en base al esquema de financiación externo previsto. El Grupo DIA ha formalizado acuerdos por un importe de 1.050 millones de euros, tal y como se describe en la sección 10.3 del presente Documento de Registro. El compromiso de financiación ha sido formalizado con 7 entidades financieras, cuya sindicación está prevista que se formalice antes de que se produzca la escisión efectiva del Grupo DIA.

El préstamo será dividido como sigue:

- Un tramo de 700 millones de euros destinado a refinanciar la parte de deuda de estructura (ligado principalmente a la liquidación de la deuda corriente y no corriente en empresas del Grupo), lo que incluye el pago de dividendos extraordinarios:
 - Un tramo amortizable a término de 350 millones de euros con un vencimiento a 5 años;
 - Un tramo amortizable de 350 millones de euros con vencimientos durante 5 años, amortizable cada año.
- Una línea de crédito de 350 millones de euros destinada a proporcionar más flexibilidad para la financiación del capital circulante. El importe de esta línea de crédito fue concebido para tener en cuenta la estacionalidad de los flujos de efectivo y proporcionar liquidez suficiente ante posibles imprevistos.

Tal y como se muestra en la tabla de la previsión de la deuda financiera neta de esta sección del presente Documento de Registro, se prevé que a Diciembre de 2010, de este importe se hubieran dispuesto 192.751 miles de euros.

En relación a las condiciones del contrato del préstamo sindicado, las mismas se describen en la sección 10.3 del presente Documento de Registro.

Instrumentos financieros derivados

El Grupo utiliza contratos a plazo de moneda extranjera para cubrir el riesgo de tipo de cambio de las compras previstas de existencias en dólares americanos.

Al 31 de diciembre de 2010, las coberturas de flujos de efectivo eficaces suponen una pérdida (neta de efecto fiscal) no realizada de 20 miles de euros (2009: una pérdida de 94 miles de euros, 2008: un beneficio de 173 miles de euros) con el correspondiente pasivo por impuesto diferido pasivo de 32 miles de euros (2009: activo de 114 miles de euros, 2008: pasivo de 365 miles de euros) relativo a estos instrumentos de cobertura (Ver detalle del estado de cambios del patrimonio neto consolidado en la sección 20.1.4).

10.2 Explicación de las fuentes y cantidades y descripción narrativa de los flujos de tesorería del Emisor;

El apartado 20.1.5 del presente Documento de Registro incluye una tabla de los estados de flujos de efectivo consolidados del Grupo DIA correspondientes a los ejercicios finalizados a 31 de diciembre de 2010, 2009 y 2008, así como una explicación sobre las principales variaciones. Sin perjuicio de ello, a continuación se incluye un resumen de los mismos:

<i>(miles de euros)</i>	2010	2009	2008
Efectivo y equivalentes al efectivo al 1 de enero	250.778	304.679	308.694
Flujo de efectivo neto procedente de las actividades de explotación	548.186	410.738	348.911
Flujo de efectivo neto procedente de las actividades de inversión	(190.984)	(302.083)	(375.547)
Flujo de efectivo neto procedente de las actividades de financiación	(306.176)	(161.027)	27.779
Variación neta del efectivo y equivalentes al efectivo antes de diferencias de cambio netas	51.026	(52.372)	1.143
Diferencias de cambio netas	15.038	(1.529)	(5.158)
Efectivo y equivalentes al efectivo al 31 de diciembre	316.842	250.778	304.679

Flujos de explotación:

- Los principales orígenes de fondos corresponden a los cobros por ventas de mercancías tanto a clientes finales como a franquiciados, como a las refacturaciones de alquileres que se efectúan a los franquiciados.
- Respecto a los pagos, los principales pagos operativos corresponden a las compras de mercancías realizadas a proveedores, los pagos al personal y los pagos de alquileres y de costes logísticos.

Flujos de inversión:

- Los principales pagos relativos a flujos de inversión corresponden a adquisiciones de inmovilizado relativo a establecimientos, tanto de apertura como relativos a la transformación a los nuevos formatos "DIA Market" y "DIA Maxi" que se han llevado a cabo en los últimos años.
- Asimismo en 2010 se incluyen los flujos positivos obtenidos de la enajenación de activos mantenidos para la venta, correspondiente a las participaciones en DIA Hellas A.E., que parcialmente compensan la inversión realizada en activos.

Flujos de financiación:

- Los flujos de financiación negativos corresponden principalmente a pagos de dividendos. Tal y como se ha explicado anteriormente, en el ejercicio 2010 se ha pagado un dividendo extraordinario de 452 millones de euros, lo que explica gran parte de la variación respecto a los ejercicios anteriores.
- En el ejercicio 2009 son negativos y presentan una variación con respecto al ejercicio 2008 principalmente como consecuencia de la reducción de la deuda en 79.081 miles de euros (principalmente deuda con el Grupo Carrefour) y un incremento de los dividendos pagados a los accionistas de la Sociedad Dominante, que representó 75.000 miles de euros en el ejercicio 2009, frente a los 70.000 miles de euros en el ejercicio 2008.

Capital circulante operativo

A continuación se incluye una tabla en la que se muestra el capital circulante operativo del Grupo DIA para los ejercicios finalizados el 31 de diciembre de 2010, 2009 y 2008:

<i>(miles de euros)</i>	2010	2009	2008	Var. 10-09	Var. 09-08
Existencias	539.303	541.231	577.182	-0%	-6%
Deudores comerciales y otras cuentas a cobrar	178.983	124.963	176.243	43%	-29%
Total Activo Corriente Operativo (A)	718.286	666.194	753.425	8%	-12%
Acreedores comerciales y otras cuentas a pagar	1.726.110	1.620.517	1.746.085	7%	-7%
Total Pasivo Corriente Operativo (B)	1.726.110	1.620.517	1.746.085	7%	-7%
Capital circulante operativo (A)-(B)	(1.007.824)	(954.323)	(992.660)	6%	-4%

El Grupo DIA presenta un capital circulante operativo negativo en los ejercicios finalizados a 31 de diciembre de 2010, 2009 y 2008, por importe de 1.007.824 miles de euros, 954.323 miles de euros y 992.660 miles de euros, respectivamente. Se trata de una circunstancia habitual en el sector de la distribución dadas las actividades y la estructura financiera del Grupo. En particular, el periodo medio de cobro a clientes (aproximadamente 7 días a 31 de diciembre de 2010, 5 días a 31 de diciembre de 2009 y 7 días a 31 de diciembre de 2008) es típicamente más corto que el periodo medio de pago a proveedores (aproximadamente 82 días a 31 de diciembre de 2010, 80 días a 31 de diciembre de 2009 y 86 días a 31 de diciembre de 2008), lo que en términos genéricos resulta en una magnitud "*Acreedores comerciales y otras cuentas a pagar*" de mayor importe que los "*Deudores comerciales y otras cuentas a cobrar*". Asimismo, el traspaso de establecimientos "CO-CO" a franquicias, y las modificaciones en la estructura logística del Grupo le han permitido reducir el saldo de existencias desde 577.182 miles de euros en 2008 a 539.303 miles de euros en 2010. Los días medios de inventarios a 31 de diciembre de 2010 eran 26 días, de 27 días a 31 de diciembre de 2009 y 28 días a 31 de diciembre de 2008.

Nótese que el capital circulante mostrado se ha calculado a cierre de los ejercicios 2010, 2009 y 2008. No obstante, este capital circulante oscila a lo largo del año como consecuencia de los ciclos de cobros, pagos e inventarios, lo que impacta igualmente los flujos de efectivo.

(Nota: El período medio de cobro se ha calculado dividiendo el saldo a 31 de diciembre de 2010 de "*Deudores comerciales y otras cuentas a cobrar*" entre las ventas del ejercicio 2010, multiplicado por 365. El período medio de pago a proveedores se ha calculado dividiendo el saldo a 31 de diciembre de 2010 de "*Acreedores comerciales y otras cuentas a pagar*" entre los consumos del ejercicio 2010, multiplicado por 365 (Nótese que en la sección 20.1.1 se calcula el periodo medio de pago únicamente para los saldos de proveedores de mercaderías, excluyéndose el resto de acreedores). Los días medios de inventarios se han calculado dividiendo el saldo de existencias a 31 de diciembre de 2010 entre los consumos del ejercicio, multiplicado por 365).

Periodo medio de pago a proveedores

La parte más significativa de pagos a proveedores se corresponde con la compra de productos para su venta en establecimientos "CO-CO" y venta a franquicias. El resto de cuentas a pagar se corresponde con el pago de suministros, mantenimiento, servicios y otros gastos operativos.

Los acuerdos con proveedores relativos a períodos de pago varían dependiendo de cada país. El periodo medio de pago del Grupo DIA a proveedores es de aproximadamente 82 días a 31 de diciembre de 2010 (aproximadamente 80 y 86 días a 31 de diciembre de 2009 y 2008 respectivamente). España, Argentina y Brasil tienen períodos de pago que oscilan entre los 60 y los 80 días, y Turquía, Portugal y China tienen períodos medios de pago en torno a los 90 días.

A 31 de diciembre de 2010 el Grupo tenía líneas de confirming con unos límites de 773.600 miles de euros (2009: 274.200 miles de euros, 2008: 269.700 miles de euros), de las cuales se habían utilizado 240.300 miles de euros al 31 de diciembre de 2010 (2009: 188.100 miles de euros, 2008: 169.300 miles de euros).

La Ley 15/2010 (Ley de medidas de lucha contra la morosidad en España) establece determinados requisitos de plazos de pago y de deber de información en las cuentas anuales de las sociedades españolas. En base a estos requisitos de la nueva ley, se ha estimado, para las sociedades españolas del Grupo consolidado, la existencia de saldos pendientes de pago con un plazo superior al máximo establecido a 31 de diciembre de 2010 que representa el 1,6% del volumen de compra de las mismas.

Periodo medio de cobro a clientes

El epígrafe de "*Deudores comerciales y otras cuentas a cobrar*" corresponde principalmente a los importes pendientes de cobro de franquiciados y subarrendatarios por venta de mercancías. El plazo de cobro de deudores comerciales oscila entre 2 y 10 días.

A 31 de diciembre de 2010, 2009 y 2008 el Grupo tenía líneas de factoring por 6.900, 3.700 y 1.100 miles de euros, respectivamente. Éstas estaban dispuestas por importe de 4.600 y 526 miles de euros a 31 de diciembre de 2010 y 2008 respectivamente. A 31 de diciembre de 2009 no estaban dispuestas.

Las ventas en establecimientos se cobran al contado o con tarjeta bancaria.

10.3 Información sobre los requisitos de préstamo y la estructura de financiación del Emisor.

Con fecha 29 de abril de 2011, diversas entidades financieras, entre las cuales Banco Santander actúa como agente y agente de garantías, y BNP Paribas y Natixis actúan como coordinadores y agentes de documentación, se han comprometido, mediante la suscripción de una carta de mandato y compromisos, a otorgar una financiación a DIA por importe máximo de 1.050 millones, en los términos y condiciones que a continuación se recogen. Dicho compromiso se documentará mediante un contrato de financiación que será suscrito durante el mes de mayo (el "**Contrato de Financiación**") con carácter previo a su sindicación entre un grupo más amplio de entidades financieras.

Importe y finalidad

La financiación a ser otorgada a DIA bajo el Contrato de Financiación (la "**Financiación**") se articulará en tres tramos según se describe a continuación: (i) un tramo A que consiste en un préstamo por importe de 350.000 miles de euros; (ii) un tramo B que consiste en un préstamo por importe de 350.000 miles de euros; y (iii) un tramo C que consiste en una línea de crédito *revolving* por importe máximo de 350.000 miles de euros para la financiación de las necesidades de capital circulante de DIA y proveerle con un colchón de liquidez. Esta serie de préstamos están destinados a la refinanciación de los préstamos otorgados por sociedades del grupo Carrefour a DIA (en el caso de la línea de crédito *revolving*, hasta un importe máximo de 250.000 miles de euros).

DIA podrá realizar disposiciones bajo el Contrato de Financiación a partir de la admisión a negociación de sus acciones en las Bolsas de Valores españolas.

Amortización

La amortización de los importes dispuestos bajo el tramo A tendrá lugar mediante el abono de cuotas anuales en las fechas y por los importes que se indican a continuación:

Fecha	Importe (en porcentaje sobre el importe dispuesto)
31.12.2011	10%
31.12.2012	20%
31.12.2013	20%
31.12.2014	20%
31.12.2015	20%
Fecha de Vencimiento (quinto aniversario de la fecha de firma del Contrato de Financiación)	Cualquier importe restante

La amortización de los importes dispuestos bajo el tramo B tendrá lugar en la Fecha de Vencimiento de la Financiación (esto es, en el quinto aniversario de la fecha de firma del Contrato de Financiación).

Por último, DIA deberá amortizar cada una de las disposiciones realizadas bajo la línea de crédito *revolving* en el último día del período de interés elegido para dicha disposición (1, 2, 3 o 6 meses o cualquier otro período acordado por DIA y el agente, actuando en nombre de los prestamistas), quedando la totalidad del importe dispuesto con cargo a la citada línea de crédito *revolving* completamente amortizado en la Fecha de Vencimiento de la Financiación (esto es, en el quinto aniversario de la fecha de firma del Contrato de Financiación).

Tipo de interés

El tipo de interés aplicable a la Financiación será el siguiente:

Tramo	Tipo de interés*
Tramo A	Euribor + 1,75%
Tramo B	Euribor + 1,90%
Tramo C	Euribor + 1,50 % - 1,90% **

*Los Márgenes se ajustarán semestralmente en función del ratio "Deuda Neta Total Recalculada / EBITDA Recalculado" (tal y como estos términos se definen a continuación)

** Sujeto al margen de utilización

Obligaciones de cumplimiento de ratios financieros

DIA deberá cumplir con determinados ratios financieros a lo largo de la vida de la Financiación. Se comprobarán con una periodicidad semestral con referencia a los doce meses inmediatamente anteriores y serán según se indica a continuación:

- (i) Ratio Deuda Neta Total Recalculada / EBITDA Recalculado ("**LR**") en cada período que termine en las fechas de comprobación a continuación no deberá ser superior al ratio indicado en la columna correspondiente al lado de la fecha en cuestión:

Fecha	LR
30.06.2011	3,5x
31.12.2011	3,25x
30.06.2012	3,25x
31.12.2012	2,75x
30.06.2013	2,75x
31.12.2013	2,5x
En cualquier fecha posterior	2,5x

- (ii) El ratio EBITDA / Gastos Financieros Netos en cada periodo que termine en una fecha de comprobación, no será inferior a 6,5x.

A estos efectos:

"**Gastos Financieros Netos**" significa, respecto de un periodo de doce meses, los Gastos por Intereses menos los Ingresos por Intereses.

"**Gastos por Intereses**" significa el importe agregado de los intereses por endeudamiento corriente y no corriente, después de la capitalización de los gastos financieros de ciertos activos incorporados al precio de adquisición de dichos activos. En lo que respecta al primer periodo de comprobación, los Gastos por Intereses serán calculados sobre una base pro forma el 31/12/2011.

"**Ingresos por Intereses**" significa los ingresos del Grupo por intereses sobre efectivo, instrumentos equivalentes al efectivo y otros activos financieros corrientes.

"**EBITDA**" significa, respecto de un periodo de doce meses, el beneficio operativo consolidado del Grupo más la depreciación y la amortización (excluida la amortización logística) y para el ejercicio 2011, un coste extraordinario en relación con la escisión de hasta 20 millones de euros, asumiendo que DIA definirá sus beneficios de acuerdo con los mismos principios contables que Carrefour.

"**Interés implícito**" significa, respecto de un período de doce meses, el valor actual neto de los compromisos del Grupo por contratos de arrendamiento en vigor multiplicado por 7%.

"**EBITDA Recalculado**" significa, respecto de un periodo de doce meses, el EBITDA más el Interés Implícito.

"**Deuda Neta Total Recalculada**" significa, al cierre de un ejercicio o al cierre del primer semestre de un ejercicio, el importe agregado de (i) todo el endeudamiento corriente y no corriente del Grupo más (ii) el valor presente neto de los compromisos de leasing operativo del Grupo menos (iii) el importe agregado de efectivo e instrumentos equivalente al efectivo y otros activos financieros corrientes excluidos los fondos retenidos (el 0,5% de las ventas consolidadas del Grupo).

Teniendo en cuenta la previsión de la deuda financiera a 31 de diciembre de 2010 y haciendo los ajustes adicionales para llegar a la Deuda Neta Total Recalculada, el ratio LR a 31 de diciembre de 2010 sería de 2,5x. De la misma manera, el ratio EBITDA / Gastos Financieros Netos sería de 8,5x en esa misma fecha. Para hacer este cálculo se ha añadido a los gastos financieros un importe de 35,4 millones de euros de intereses correspondientes a la Financiación si ésta hubiese sido dispuesta a principios del año 2010.

Otras obligaciones

Adicionalmente, DIA se comprometerá al cumplimiento de una serie de obligaciones y a respetar ciertas restricciones en el Contrato de Financiación, de entre las cuales cabe mencionar las siguientes:

- (i) restricción relativa a las ventas por parte de DIA y parte de sus filiales de ciertos activos;
- (ii) restricción respecto de fusiones y modificaciones estructurales, sujeta a las excepciones que se acuerden; y
- (iii) restricción a la realización de adquisiciones de sociedades, siempre y cuando no se cumplan ciertos ratios.

Supuestos de vencimiento anticipado

La Financiación vencerá anticipadamente en el caso de que acaezcan ciertos supuestos, entre los cuales cabe mencionar el incumplimiento por DIA de las obligaciones contraídas bajo el Contrato de Financiación, así como:

- (i) que DIA deje de ser cotizada o la cotización de sus acciones sea suspendida por un plazo mínimo de 45 días; o
- (ii) si los auditores de DIA emiten una opinión con salvedades sobre los estados financieros consolidados del Grupo por cualquier asunto que se espere o se podría razonablemente esperar que individualmente o en el conjunto, sea adverso a los intereses de las entidades financiadoras bajo el Contrato de Financiación y en relación con el mismo.

Garantías

Las obligaciones a ser asumidas por DIA bajo el Compromiso de Financiación serán solidariamente garantizadas por parte de las filiales de DIA cuyo EBITDA y activos (sumados al EBITDA y activos no consolidados de DIA) representen al menos el 80% del EBITDA y de los activos, según corresponda, del Grupo DIA. Para el caso de que algunas de las filiales de DIA no pudiera prestar la garantía solidaria acordada o el valor de dicha garantía se viera reducido, DIA deberá otorgar una prenda sobre las acciones o participaciones de la misma si como consecuencia de lo anterior no pudiese ser alcanzado el mencionado porcentaje del EBITDA y de los activos del Grupo DIA.

Las obligaciones a ser asumidas por DIA bajo el Contrato de Financiación serán solidariamente garantizadas por Twins Alimentación S.A.U., Pe-Tra Servicios a la Alimentación S.L.U. y DIA Portugal Supermercados, S.U., Lda.. Asimismo, DIA otorgará una prenda sobre la totalidad de las acciones de ED SAS.

Costes de formalización de deudas y otros honorarios

Los costes de formalización de esta operación ascienden a aproximadamente 15.000 miles de euros.

10.4 Información relativa a cualquier restricción sobre el uso de los recursos de capital que, directa o indirectamente, haya afectado o pudiera afectar de manera importante a las operaciones del Emisor.

Al 31 de diciembre de 2010, el Grupo DIA no tiene ninguna restricción sobre el uso de los recursos de capital que, directa o indirectamente, haya afectado o pueda afectar de manera importante a sus operaciones salvo las legalmente establecidas (reserva legal y reserva de fondo de comercio). Asimismo no tienen cargas ni gravámenes sobre activos como consecuencia de la financiación bancaria obtenida, excepto el préstamo hipotecario descrito en este capítulo.

10.5 Información relativa a las fuentes previstas de fondos necesarias para cumplir los compromisos mencionados en 5.2.3. y 8.1.

Tal y como se indica en el apartado 5.2 del presente Documento de Registro, no existe un plan de inversiones aprobado por ningún órgano de gestión cuya cuantía pueda ser considerada relevante, salvo las indicadas en el apartado 5.2.

Los detalles sobre la tesorería disponible a 31 de diciembre de 2010 y a 31 de marzo de 2011, pólizas de crédito, líneas de factoring y confirming, así como otras fuentes de financiación se han incluido en este capítulo.

11. INVESTIGACIÓN Y DESARROLLO, PATENTES Y LICENCIAS

11.1 Investigación y Desarrollo

El Grupo DIA, al igual que otras sociedades de su sector dedicadas a la comercialización de productos de consumo, no considera necesario llevar a cabo importantes inversiones en investigación y desarrollo, siendo el gasto asociado a dichas actividades poco significativo respecto del resto de los gastos incurridos para desarrollar las actividades propias de su objeto social.

11.2 Derechos sobre bienes inmateriales

El valor contable del epígrafe "Propiedad Industrial" durante el período comprendido por la información financiera histórica ascendió a 77.000 euros siendo su valor neto a 31 de diciembre de 2010 de 70.000 euros.

Entre los activos más significativos del Grupo DIA en este ámbito destacan la marca "Dia" (en sus diferentes variantes) y la patente de "Dispositivo, sistema y método de generación, impresión local y redención de cupones promocionales".

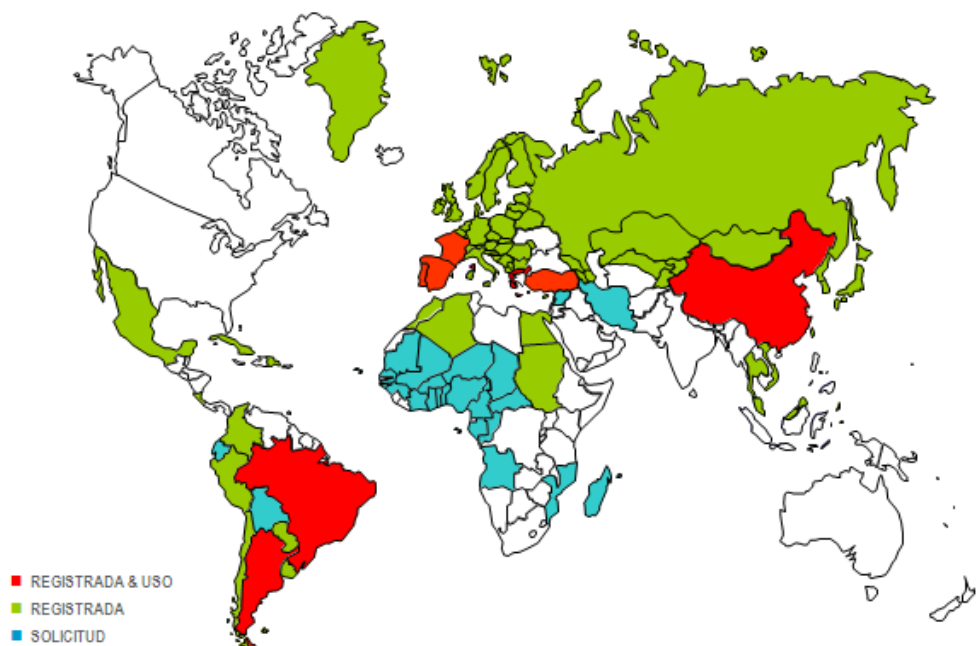
DIA es el titular de las principales marcas, patentes, dominios y nombres comerciales del Grupo DIA.

A fecha del registro del presente Documento de Registro, no existe ningún litigio material relacionado con los derechos de propiedad industrial o intelectual, y el Grupo DIA no ha sufrido violaciones materiales en relación con la propiedad industrial o intelectual en las jurisdicciones en las que opera.

A continuación, se describen los medios legales de protección de los activos inmateriales titularidad del Grupo DIA:

11.2.1 Marcas y nombres comerciales

A 31 de diciembre de 2010, el Grupo DIA mantenía registrada la marca "Dia" en un total de 70 países (tal y como se muestra en el mapa que se incluye a continuación), tuviera o no presencia en dichos países.



Además de la marca "Dia", el Grupo DIA tiene registradas un total de 225 marcas en los países en los que tiene actividad, siendo DIA titular de la mayoría de ellas.



Las marcas son títulos que conceden el derecho exclusivo a la utilización de un signo para la identificación del origen de un producto o un servicio en el mercado, y a impedir a otros la utilización, en el territorio en el que se encuentran protegidas, de los signos distintivos protegidos u otros signos idénticos o similares aplicados a productos o servicios idénticos o semejantes a los registrados.

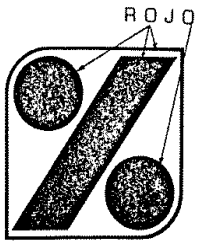

El ámbito de protección de la marca se rige por el principio de territorialidad, según el cual el derecho de marca es oponible únicamente en aquel territorio para el que está registrada. Las principales marcas del Grupo DIA, sean denominativas (constituidas por una o varias palabras) o bien mixtas (constituidas por una combinación de palabras y gráficos) se encuentran registradas localmente país por país, por medio de solicitudes de registro internacionales, comprendiendo varios países, así como marcas comunitarias en la Unión Europea.

DIA es titular de la gran mayoría de las marcas del Grupo DIA, perteneciendo las restantes a diferentes sociedades de su Grupo. En este sentido, el procedimiento a través del cual la marca "Dia" es legalmente utilizada por el resto de las compañías que integran el Grupo DIA y por los franquiciados, consiste en la licencia y sub-licencia de la misma por parte de DIA en virtud de diferentes contratos marco de licencia o de franquicia con pacto de licencia que tiene suscritos con las mismas.

Las marcas tienen un plazo de duración potencialmente indefinido si se abonan las oportunas tasas de renovación, por ejemplo en España se otorgan por diez años contados desde la fecha de presentación, que son renovables por períodos sucesivos de diez años de forma potencialmente indefinida. Sin embargo, la efectividad de la protección registral exige el uso real y efectivo de la marca para los productos y/o servicios registrados bajo sanción de caducidad, salvo que existan causas justificativas. El uso debe realizarse, tal cual la marca ha sido registrada, bien por el titular registral o bien por un tercero con consentimiento del titular.

Las principales marcas utilizadas por el Grupo DIA (en particular, su denominación, tipo y clases de productos o servicios) son las siguientes:

Denominación	Tipo de marca	Clases (*)
	Mixta	16,35,39
	Mixta	36

Denominación	Tipo de marca	Clases
DIA	Denominativa	3,5,21,29,30,31,32,33,35,39,42 Adicionalmente, el Grupo DIA usa esta denominación como nombre comercial
MAXI DIA %	Mixta	35
	Mixta	35
	Gráfica	3,16,21,29,30,31,32,33,35
	Mixta	29, 30, 35 Esta marca se encuentra además registrada en España, Francia y Andorra en las clases 3,31,32 y 33
	Mixta	29,30,35
	Mixta	29,30,35

Denominación	Tipo de marca	Clases
	Mixta	3, 5, 8, 11, 16, 21, 24, 25, 28, 29, 30, 31, 32, 33, 34, 35, 36, 38, 39, Adicionalmente, el Grupo DIA usa esta denominación como nombre comercial
	Mixta	3,5,8,11,16,21, 24,25,28,29,30,31, 32,33,34,35,36,38,39
	Mixta	3,16,21,29,30,31,32
	Mixta	35
	Figurativa	3,29,30,31,32,33,35

(*) Según la clasificación internacional recogida en el Arreglo de Niza de 15 de junio de 1957.

Tal y como se relaciona en el cuadro anterior, el Grupo DIA utiliza principalmente dos nombres comerciales, cuyo titular es DIA. El nombre comercial es un título que concede el derecho exclusivo a la utilización de cualquier signo o denominación como identificador de una empresa en el tráfico mercantil y que sirve para distinguirla de las demás empresas que desarrollan actividades idénticas o similares. Los nombres comerciales, como títulos de propiedad industrial, son independientes de los nombres de las sociedades inscritos en los Registros Mercantiles.

Tal y como se ha explicado más arriba en torno a las marcas y con carácter general, los nombres comerciales tienen un plazo de duración potencialmente indefinido si se abonan las oportunas tasas de renovación, por ejemplo en España se otorgan por diez años contados desde la fecha de presentación y son renovables por períodos sucesivos de diez años de forma potencialmente indefinida, exigiendo asimismo la efectividad de la protección registral el uso real y efectivo del nombre comercial de que se trate.

11.2.2 Patente

Las patentes protegen invenciones nuevas que impliquen actividad inventiva y sean susceptibles de aplicación industrial. La invención podría definirse como una regla técnica para resolver un problema técnico (no científico o teórico). La patente, una vez concedida por el registro correspondiente, concede a su titular un derecho de exclusiva sobre el objeto de sus reivindicaciones frente a actuaciones de terceros que infrinjan su derecho. Al igual que las marcas, las patentes se rigen por el principio de territorialidad, desplegando efectos en el territorio en el que fueron concedidas.

DIA es titular de un derecho de patente en los países en los que opera (a excepción de Brasil, donde si bien la patente ha sido solicitada, no ha finalizado el proceso de su registro), que protege el dispositivo, el sistema y el método de generación, impresión y canje de cupones promocionales, en los que medios centrales de procesamiento de datos generan un fichero de asignación; este último contiene códigos que identifican clientes con un cupón asociado y códigos que definen el tipo de descuento que se aplica, siendo dicho cupón procesado en al menos una terminal principal mediante medios de generación automática, con independencia de las características de la compra actual del cliente de que se trate. Los medios de procesamiento admitirán el canje del cupón en los términos establecidos en un fichero unificado y siempre y cuando la compra con respecto a la que un cliente presenta dicho cupón ha satisfecho los criterios establecidos en este último.

Este sistema se encuentra además totalmente informatizado, utilizando para ello el mismo *software* en todos los países en los que aquél se encuentra operativo.

Se trata de la herramienta básica del programa de fidelización del Grupo DIA, comentado en detalle en el apartado 6.1.1.II.B).4 anterior.

A continuación se detalla el titular y los números de patente asignados por cada uno de los países en los que el Grupo DIA tiene presencia.

	Número de solicitud de patente	Titular
España	9902021	DIA
Portugal	956533,4	DIA
Francia	956533,4	DIA
Argentina	P00014748	DIA
Brasil (*)	PI0014264-6	DIA
Turquía	2002/640	DIA
China	815530,5	DIA

(*) En el caso de Brasil, la patente ha sido solicitada, estando pendiente el otorgamiento del título correspondiente.

11.2.3 **Derechos de propiedad intelectual**

Los derechos de propiedad intelectual, que incluyen los derechos de autor y el derecho "sui generis" de las bases de datos, constituyen una parte relevante de la protección legal de las aplicaciones informáticas, del *software* y de la plataforma tecnológica común del Grupo DIA.

Los derechos de autor protegen todas las creaciones originales literarias, artísticas o científicas expresadas por cualquier medio o soporte, entre las que se encuentran los programas de ordenador. En los países adheridos al Convenio de Berna para la Protección de las obras Literarias y Artísticas de 9 de septiembre de 1886 (con 164 partes contratantes) no es preciso inscribir la obra en registro alguno para que disfrute de la protección conferida por la normativa de propiedad intelectual.

La protección del *software* mediante derechos de propiedad intelectual está limitada en el tiempo. Cuando el autor del programa de ordenador sea una persona jurídica, la duración de los derechos de explotación sobre el mismo en España será de setenta años, computados desde el 1 de enero del año siguiente al de la divulgación lícita del programa o al de su creación si no se hubiera divulgado.

11.2.4 **Dominios de internet**

El Grupo DIA es titular de 182 nombres de dominio, entre los cuales se encuentran (todos ellos en uso): dia.es, diacorporate.com, diagroup.com, diamovil.com, diawebfr.es, diawebfr.fr, clubeminipreco.pt, diawebfr.com.pt, diasas.com.tr, e-dia.com.ar, diawebfr.com.ar, dia.com.br, diawebfr.com.br, diatiantian.com, diawebfr.cn y receitasdefamiliadia.com.br.

11.2.5 **Protección mediante disposiciones contractuales**

Además de firmar acuerdos específicos de confidencialidad, la política del Grupo DIA es incluir en los contratos, en la medida de lo posible, una cláusula donde el Grupo DIA se reserva la propiedad de todos los derechos de propiedad industrial o intelectual que puedan existir derivadas de la relación contractual de que se trate.

12. INFORMACIÓN SOBRE TENDENCIAS

12.1 **Tendencias recientes más significativas de la producción, ventas e inventario, y costes y precios de venta desde el fin del ejercicio anterior hasta la fecha del documento de registro.**

El apartado 6.2.2 del presente Documento de Registro recoge una descripción detallada de los mercados principales en que la Sociedad opera, donde se mencionan las tendencias más significativas que afectan a los mismos.

12.2 **Información sobre cualquier tendencia conocida, incertidumbres, demandas, compromisos o hechos que pudieran razonablemente tener una incidencia importante en las perspectivas del Emisor, por lo menos para el actual ejercicio.**

A continuación se describen las tendencias y comportamientos que pudieran tener una incidencia importante en las perspectivas del Emisor.

Comportamiento de compra de los consumidores

Países maduros

En opinión de la Sociedad, el contexto económico de recesión de los últimos años, actualmente crecimiento económico moderado, así como los cambios en la composición de la población que se han producido en la última década, han impactado de forma significativa sobre las pautas generales de consumo de la sociedad.

Por un lado, el contexto de lenta recuperación económica en el que ha desembocado la última crisis, especialmente en España, ha dado lugar a una población desempleada más amplia, a una moderación de los incrementos salariales, a una reducción del crédito a los hogares, a un aumento de la presión fiscal y, por ende, a una mayor presión sobre las rentas de los hogares y a una situación de incertidumbre para el conjunto de los consumidores. Ello ha resultado en un consumidor ejerciendo mayor control sobre su gasto y más prudente con su presupuesto. En consecuencia, cada vez es mayor el número de personas que consideran necesario optar por formatos comerciales de descuento, caracterizados por poner a disposición de los consumidores una oferta de productos competitiva a precios bajos. En este sentido, en opinión de la Sociedad, el formato comercial de descuento demuestra adaptarse a las necesidades de un consumidor consciente del contexto de reformas estructurales heredado de una situación de crisis profunda y que se prevé sea el contexto de los próximos años.

Por otro lado, el incremento de la población, experimentado en los últimos 10 años y propiciado en gran medida por la llegada de población extranjera, ha dado lugar a una mayor proporción de población adulta con un nivel de ingresos reducido y fuerte propensión al formato comercial de descuento, por permitirle éste compensar el menor nivel de renta. Al mismo tiempo, el aumento de la esperanza de vida, característico de países desarrollados, está dando lugar a un colectivo pensionista cada vez más amplio que, teniendo en cuenta la incertidumbre asociada a las reformas en el sistema de pensiones, así como un crecimiento de las pensiones inferior al de la inflación, tiene cada vez mayor necesidad de optar por formatos comerciales capaces de ofrecer precios

competitivos sin sacrificar calidad. Una vez más, la adecuación del formato comercial de descuento a las necesidades de los distintos segmentos de consumidores, surgidos de un contexto económico menos favorable, pone de manifiesto el potencial de dicho modelo comercial.

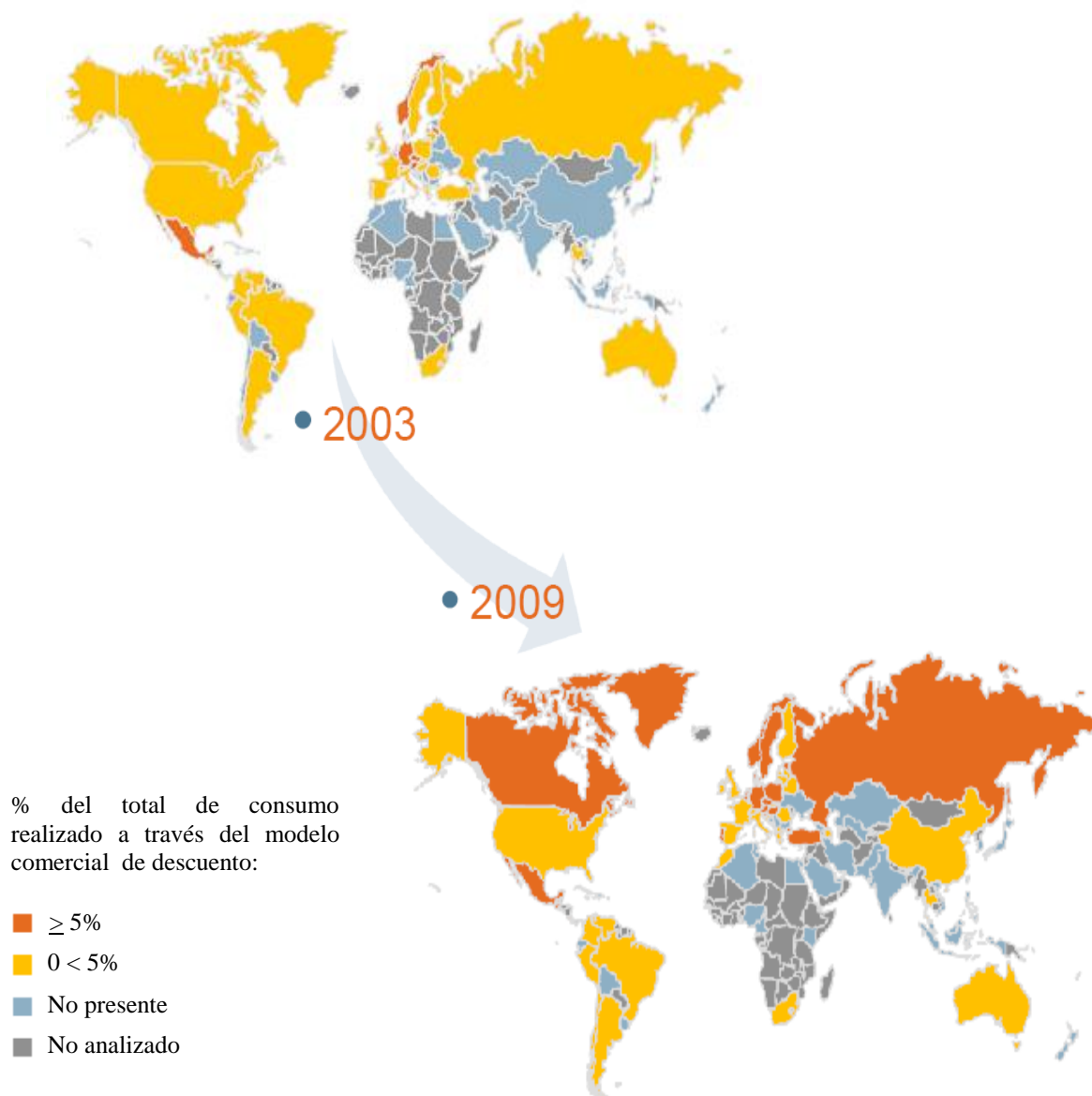
Países emergentes

En opinión de la Sociedad, el propio estadio de desarrollo en el que se encuentran los países emergentes está impactando de forma directa en las pautas de consumo de su población. El aumento de la renta per cápita en dichos países, así como el desarrollo de una clase media, está facilitando el acceso al consumo por parte de un número más elevado de individuos con mayor poder adquisitivo, quienes desean experimentar las formas modernas de consumo. Sin embargo, las rentas todavía limitadas de la mayor parte de la población en países emergentes no permiten llevar a cabo un consumo descuidado, con lo que el formato comercial de descuento se presenta como uno de los más adecuados para el "consumidor emergente". A la vez, el crecimiento de la población asociado al estadio de desarrollo de estos países pone de manifiesto la capacidad de expansión del formato comercial de descuento en este tipo de mercados.

A modo de ejemplo, en Brasil, las ventas realizadas a través del formato comercial de descuento en el sector de la distribución aumentaron un 315% entre 2004 y 2009, produciéndose un aumento del 26% en 2009 respecto al año 2008. El número de establecimientos comerciales en dicho sector se incrementó en un 56% entre 2004 y 2009; y el TACC de Ventas previsto hasta 2014 es del 10%. En el caso de Turquía, el aumento de ventas fue del 11% en 2009 y el número de establecimientos comerciales se incrementó en un 12% en el mismo año; siendo el TACC de Ventas esperado hasta 2014 del 11% (Fuente: *Euromonitor 2010*).

Como conclusión, y en opinión de la Sociedad, en países desarrollados y países emergentes, y dado el contexto económico que caracteriza cada uno de ellos a día de hoy y se prevé también durante los años venideros, el formato comercial de descuento se presenta en la actualidad como uno de los más competitivos para los próximos años dadas las necesidades del consumidor actual, ahora y en adelante mucho más cuidadoso con su gasto que durante los años de auge económico previos a la última crisis.

El siguiente gráfico pone de manifiesto la expansión favorable del modelo comercial de descuento a nivel mundial (2003-2009), así como el incremento progresivo del porcentaje que las ventas realizadas a través de dicho modelo representan sobre el total; un porcentaje cada vez más elevado en un mayor número de países.



Fuente: © Euromonitor International 2010

Nuevas tendencias en la oferta de productos

Principalmente, y en paralelo con el desarrollo económico en los países emergentes, en opinión de la Sociedad, la oferta de productos evolucionará teniendo en cuenta los siguientes factores:

- La salud y el bienestar a través de los productos light, bajos en azúcares, bajos en sal, bajos en grasas, sin aditivos, sin conservantes, productos naturales, productos que no tengan trazas de "organismos modificados genéticamente", etc.
- La responsabilidad social, productos éticos (como por ejemplo, productos no fabricados por mano de obra infantil), el desarrollo sostenible y la ecología.

- La practicidad de los productos (como por ejemplo, productos preparados para comer ("*ready to eat*").
- Elaboración de formatos pequeños para hogares unipersonales.
- El incremento de demanda de productos exóticos y de productos regionales y tradicionales.

Con carácter adicional a lo que se contiene en el presente Documento de Registro, no se tiene constancia de ninguna tendencia, incertidumbre, demanda, compromiso, hecho o cualquier otra circunstancia que pueda razonablemente tener una incidencia importante en las perspectivas del Emisor para el actual ejercicio.

13. PREVISIONES O ESTIMACIONES DE BENEFICIOS

13.1 Declaración que enumere los principales supuestos en los que el Emisor ha basado su previsión o su estimación.

Introducción

El consejo de administración de Carrefour Société Anonyme celebrado el día 1 de marzo de 2011 acordó proponer a la junta general de accionistas a celebrar el 21 de junio de 2011 el reparto en concepto de dividendo en especie del 100% de su participación en DIA, tal y como se describe con detalle en el apartado 18 del presente Documento de Registro. En base a lo anterior, est  previsto que el acuerdo de la junta general incluya que las acciones de DIA coticen en las Bolsas de Valores de Madrid, Barcelona, Bilbao y Valencia y la inclusión de las mismas en el Sistema de Interconexión Bursátil (Mercado Continuo) (la “Operación”).

El consejo de administración de DIA ha preparado una previsión de beneficios (la “Previsión”) para los ejercicios 2011, 2012 y 2013 en el sentido definido en el apartado décimo del artículo 2 del Reglamento 809/2004/CE, de 29 de abril de 2004, la cual ha sido aprobada por aqu el en la reunión celebrada el día 9 de mayo de 2011 con motivo de la Operación.

Descripción del Grupo DIA

A 31 de diciembre de 2010 el Grupo DIA cuenta con aproximadamente 2.647 miles de metros cuadrados de superficie de sala de ventas y 6.373 establecimientos (de los que 2.070 se explotan en régimen de franquicia). En la actualidad el Grupo DIA tiene un plan de expansión de sus actividades en países emergentes en los que ya est  presente (Turquía, Brasil, China y Argentina) y de consolidación de su presencia en el mercado francés, español y portugués. En la preparación de esta Previsión no se ha estimado el efecto de entrada en nuevos países para potenciar la expansión internacional ni el efecto de adquisiciones corporativas, aunque no será descartable alguna de estas operaciones en el medio o largo plazo.

Alcance y metodología empleada

La Previsión se basa en la situación económica, regulatoria, de mercado y de cualquier otro tipo vigente en la fecha de su aprobación. Las alteraciones que puedan producirse con posterioridad a dicha fecha podrían afectar significativamente a las perspectivas contenidas en el mismo. No obstante, el Grupo DIA no asume ninguna obligación de actualizar, revisar o reafirmar la Previsión, salvo en la medida en que ello le sea requerido.

La Previsión contiene determinadas estimaciones, proyecciones y previsiones no auditadas y que son por su naturaleza inciertas y susceptibles de verse o no cumplidas en el futuro. A pesar de que los Administradores creen que las expectativas reflejadas en la Previsión son razonables, tales previsiones est n basadas en hechos futuros e inciertos cuyo cumplimiento es imposible determinar en el momento de su aprobación. En consecuencia, dichas estimaciones, proyecciones y previsiones no deben tomarse como una garantía de resultados futuros y los Administradores no se hacen responsables de las posibles desviaciones que pudieran producirse en los distintos factores que influyen en la

evolución futura del Grupo DIA ni, por tanto, del cumplimiento de las perspectivas contenidas en la Previsión.

Las proyecciones, perspectivas y estimaciones referidas se basan en diversas asunciones incluyendo, como más significativas, las descritas en los apartados siguientes. Cualquier desviación sustancial y significativa de la realidad respecto de dichas asunciones podría provocar que los resultados y las tendencias divergieran sustancialmente respecto de las expectativas reflejadas en la Previsión.

Asimismo, el negocio del Grupo DIA está sujeto a distintos riesgos, cuya materialización podría causar una desviación sustancial de los resultados y tendencias estimados por los Administradores en la Previsión, los cuales se comentan en la sección I de Factores de Riesgo del Documento de Registro. La materialización de cualquiera de estos riesgos podría causar una desviación sustancial de los resultados y tendencias estimados por los Administradores en la presente Previsión. De igual modo, podrían surgir en cualquier momento nuevos riesgos, incertidumbres y otros factores no contemplados sin que sea posible predecir dichos factores ni valorar su impacto potencial en el negocio del Grupo DIA en este momento.

Asunciones generales relativas a la Previsión

Las proyecciones, perspectivas y estimaciones contenidas en la Previsión han sido formuladas sobre la base de una serie de hipótesis y asunciones que incluyen, entre otras, las que se señalan a continuación:

Asunciones sobre factores exclusivamente fuera de la influencia del Grupo DIA

- Crecimiento moderado de las variables macroeconómicas actuales con influencia en la Previsión respecto de la evolución de las economías en los mercados en que opera el Grupo DIA actualmente, y en los que va a desarrollar su negocio en los próximos años. En particular, Grupo DIA ha elaborado las previsiones incluidas en la Previsión tomando como referencia el tipo de interés Euribor medio esperado para el año en curso y los próximos dos años, la inflación de productos alimentarios, la inflación general esperada para los próximos años en cada uno de los mercados en los que opera y el tipo de cambio medio de 2010 del euro con respecto a las monedas en los mercados en los que opera (2 TL-Lira Turca, 2,33 BR-Real Brasileño, 5,18 Ar-Peso Argentino, 9 Yuan-China). En cuanto al tipo de cambio del euro respecto a las monedas locales anteriormente citadas, se estima que su evolución no afectará significativamente al resultado.
- Ausencia de cambios relevantes o contingencias en materia de regulación fiscal, regulatoria, etc. que puedan afectar al negocio del Grupo DIA.
- Proyección de ingresos realizada sin estimar los efectos que puedan tener futuras acciones de competidores y los costes de respuesta ante dichas acciones en los que podría incurrir el Grupo DIA.
- En relación con los ingresos, una parte significativa de los mismos depende de las condiciones macroeconómicas y la propensión al gasto de los hogares en los mercados en los que opera el Grupo DIA y por tanto están sujetos a un grado de incertidumbre moderado.

- Ausencia de alteraciones significativas en el entorno competitivo del Grupo DIA.
- Ausencia de interrupciones significativas en cualquiera de los negocios del Grupo DIA.
- Que no se produzcan circunstancias excepcionales, catástrofes meteorológicas, situaciones de guerra o alteraciones significativas en el escenario de estabilidad social, económica y política generalmente previsible.

Asunciones sobre factores no exclusivamente fuera de la influencia del Grupo DIA

- Capacidad por parte de Grupo DIA de realizar el plan de expansión en el que se basa la Previsión que incluye aperturas, cierres, transformaciones y traspasos sin retrasos sobre las fechas estimadas.
- Capacidad por parte de Grupo DIA de retener a los establecimientos franquiciados actuales y expandir el negocio de franquicias del Grupo.
- En Turquía se mantendrán las relaciones actuales con el Socio con el que opera el Grupo DIA.
- Renovación de los contratos de arrendamiento actuales con los que cuenta el Grupo DIA para desarrollar sus operaciones.
- Disponibilidad de recursos humanos adecuados en los plazos previstos para la efectiva realización de las operaciones, como son los operarios técnicos, administrativos y demás personal cualificado, así como herramientas informáticas de gestión y control, espacios de oficinas y terrenos para las futuras aperturas, etc.
- El Grupo DIA ha decidido seguir con la política del grupo Carrefour de planes de retribución basados en acciones a los empleados.
- Cumplimiento de todos los compromisos adquiridos con las entidades financieras y, por tanto, la no existencia de costes al respecto.

Asunciones específicas relativas a la Previsión

Líneas estratégicas de acción a futuro

El objetivo del Grupo DIA a futuro es crecer en términos de tamaño (número de establecimientos y ventas) y rentabilidad (EBITDA ajustado cash y beneficio neto). A estos efectos, y para asegurar un buen ritmo de expansión de su volumen de ventas el Grupo DIA define las siguientes líneas de acción:

Incrementar el número de aperturas de establecimientos comerciales

En un contexto de crecimiento moderado de los mercados maduros y de mayor dinámica económica en los países emergentes, el Grupo DIA tiene la intención de mantener un nivel elevado de aperturas de establecimientos comerciales, en particular fuera de Europa Continental. No obstante, el mayor peso de los países emergentes dentro del plan de aperturas no significa que las redes europeas no tengan prevista la apertura de nuevos establecimientos.

La expansión de su presencia a nivel internacional se llevará a cabo mediante el aprovechamiento de oportunidades relacionadas en los países actuales con aperturas en regiones donde no tiene presencia.

El Grupo DIA pretende potenciar así la expansión de su negocio a nivel global, incrementando el número de establecimientos de 6.373 (tanto "CO-CO", como franquicias) en 2010 a más de 8.000 en 2013. Los hitos más importantes de este crecimiento tendrán lugar en los países emergentes actuales.

En Brasil se prevé acelerar progresivamente la expansión con la apertura de más de 50 establecimientos anualmente y la entrada a corto plazo en un nuevo estado (Rio Grande do Sul) a finales de 2011.

En Argentina, se prevé asimismo una aceleración progresiva de la expansión, con más de 50 aperturas al año.

Turquía liderará el número de aperturas de establecimientos en países emergentes actuales en los próximos años ya que: (i) se ha detectado un gran potencial de crecimiento en regiones donde DIA no tiene presencia y (ii) el coste de aperturas de establecimientos "CO-CO" en alquiler es menor que en el resto de países en los que opera el Grupo DIA. El Grupo DIA ha tenido un número neto de aperturas de 215 establecimientos en 2010 con respecto al cierre de 2009 y prevé acelerar el ritmo de aperturas en dicho país durante los próximos años. En parte, dichas aperturas estarán ubicadas en regiones en las que el Grupo DIA no tiene presencia.

En China, el potencial de las regiones de Pekín y Shanghai permite prever duplicar el tamaño actual de la red de establecimientos del Grupo DIA en el país hasta el ejercicio 2013. En 2011, la Previsión asume finalizar la fase de definición de los "clusters" (división de zonas urbanas atendiendo al poder económico de sus habitantes) de establecimientos y acelerar el ritmo de aperturas.

Seguir desarrollando y mejorar los formatos de establecimientos comerciales complementarios ("DIA Market" y "DIA Maxi")

El Grupo DIA pretende seguir incrementando sus ventas mediante el desarrollo de los formatos de establecimientos comerciales "DIA Market" y DIA Maxi". Dentro de cada formato (proximidad y atracción), el Grupo DIA también seguirá mejorando el concepto comercial con la renovación de establecimientos y la introducción de nuevas líneas de productos para aumentar su diferenciación.

Incrementar el número de establecimientos comerciales gestionados en régimen de franquicia para acelerar la expansión del Grupo DIA y mejorar en rentabilidad económica

El Grupo DIA tiene intención de aumentar la proporción de establecimientos en franquicia en todas las geografías en las que opera, bien mediante la apertura de nuevos establecimientos comerciales o bien mediante la transformación de aquellos establecimientos que con anterioridad eran gestionados mediante el modelo "CO-CO", dado que el modelo de gestión franquiciado ("CO-FO" o "FO-FO") presenta importantes ventajas tales como (i) acelerar el número de aperturas de establecimientos en zonas donde no sería rentable para el Grupo DIA operar tiendas "CO-CO", lo que permitiría un potencial incremento del volumen de ventas, (ii) limitar las inversiones y (iii) mejorar la contribución económica, ya que el modelo de explotación mediante franquicia ha probado ser un modelo de gestión de éxito con rentabilidades muy interesantes para el Grupo DIA tal y como se comenta en la sección 6.II A) 2.2. del presente Documento de Registro.

Por ello, el Grupo DIA pretende contar con más de 3.200 establecimientos franquiciados en 2013 (aproximadamente el 40% del total de establecimientos).

Optimización de los procesos operativos – contención de costes

El Grupo DIA pretende seguir implantando mejoras logísticas a los efectos de optimizar la superficie de almacenamiento y el transporte (esto es mediante la disposición de almacenes destinados a productos de poca frecuencia, transporte multi-temperatura, etc.) y reducir los niveles de inventario. Además, el Grupo DIA pretende seguir invirtiendo en los sistemas más modernos de preparación de pedidos (picking), tales como mandos vocales y el uso de RFID (radiofrecuencia identificativa), con el objetivo de optimizar costes, tareas de personal y minimizar errores.

El abastecimiento de los puntos de venta continuará optimizándose mediante mejoras en la automatización del proceso (proceso de pedidos automatizado adaptado a ventas y planogramas -distribución de artículos en las estanterías de los establecimientos- e integrado con la planificación de almacenes), así como a nivel de packaging, con productos cuya ergonomía está cada vez más definida desde su concepción inicial con proveedores.

A nivel de punto de venta, se mantendrán también los esfuerzos para optimizar tareas, centrar el tiempo del personal en los establecimientos en la atención al consumidor en las horas punta con mayor afluencia y mantener en estado óptimo el establecimiento (disponibilidad de los productos en las estanterías, limpieza general del establecimiento, etc).

En 2009, el Grupo DIA activó un plan de transformación a cuatro años con el objetivo de seguir siendo un operador multinacional, multiformato y con una base de costes reducida. Dicho plan contempla una contención de costes por importe de 230 millones de euros, habiendo alcanzado ya un ahorro en costes de más de 100 millones de euros en el periodo 2009-2010.

13.2 Debe incluirse un informe elaborado por contables o auditores independientes que declare que, a juicio de esos contables o auditores independientes, la previsión o estimación se ha calculado correctamente sobre la base declarada, y que el fundamento contable utilizado para la previsión o estimación de los beneficios es coherente con las políticas contables del Emisor.

KPMG Auditores, S.L. ha emitido un informe sobre la información financiera prospectiva del Grupo DIA (la Previsión), verificando que: (i) la información financiera prospectiva ha sido correctamente compilada en función de las asunciones e hipótesis definidas por los Administradores de la Sociedad y (ii) el fundamento contable utilizado por los Administradores de la Sociedad para la preparación de la información financiera prospectiva es consistente con las políticas contables utilizadas por el Grupo DIA en la preparación de los estados financieros consolidados del ejercicio 2010.

13.3 La previsión de estimación de beneficios debe prepararse sobre una base comparable con la información financiera histórica.

(miles de euros)	2010	2011	Var. 11-10	2012	Var. 12-11	2013	Var. 13-12	TACC 13-10 (4)
Ventas	9.588.045	9.970.283	4,0%	10.736.698	7,7%	11.790.775	9,8%	7,1%
Otros ingresos	84.951	110.755	30,4%	129.214	16,7%	152.168	17,8%	21,4%
Total ingresos	9.672.996	10.081.038	4,2%	10.865.911	7,8%	11.942.943	9,9%	7,3%
Consumo de mercaderías y otros consumibles	(7.652.306)	(7.980.465)	4,3%	(8.635.609)	8,2%	(9.530.437)	10,4%	7,6%
Margen comercial	2.020.690	2.100.573	4,0%	2.230.302	6,2%	2.412.506	8,2%	6,1%
Gastos operativos (1)	(1.572.415)	(1.622.258)	3,2%	(1.668.238)	2,8%	(1.766.335)	5,9%	4,0%
Amortizaciones y deterioro	(269.873)	(244.512)	-9,4%	(264.829)	8,3%	(273.623)	3,3%	0,5%
Resultados procedentes de inmovilizado	(40.359)	(47.329)	17,3%	(37.574)	-20,6%	(13.034)	-65,3%	-31,4%
Resultado de explotación	138.043	186.474	35,1%	259.661	39,2%	359.514	38,5%	37,6%
Resultado financiero	(12.683)	(41.797)	n/a	(63.229)	51,3%	(68.500)	8,3%	75,5%
Resultado de sociedades por el método de participación	(600)	3.000	n/a	3.088	2,9%	3.252	5,3%	n/a
Beneficio antes de impuestos de actividades continuadas	124.760	147.677	18,4%	199.520	35,1%	294.266	47,5%	33,1%
Impuesto sobre sociedades	(87.207)	(57.963)	-33,5%	(61.852)	6,7%	(89.446)	44,6%	0,8%
Beneficio después de impuestos de las actividades continuadas	37.553	89.714	n/a	137.668	53,5%	204.820	48,8%	76,0%
Beneficio (pérdida) después de impuestos de las actividades interrumpidas	79.341	-	n/a	-	-	-	-	n/a
Beneficio neto	116.894	89.714	-23,3%	137.668	53,5%	204.820	48,8%	20,6%
Resultado de explotación	138.043	186.474	35,1%	259.661	39,2%	359.514	38,5%	37,6%
Amortizaciones y deterioro	269.873	244.512	-9,4%	264.829	8,3%	273.623	3,3%	0,5%
Resultados procedentes de inmovilizado	40.359	47.329	17,3%	37.574	-20,6%	13.034	-65,3%	-31,4%
EBITDA (2)	448.275	478.315	6,7%	562.064	17,5%	646.171	15,0%	13,0%
Gastos e ingresos por reestructuración	28.379	31.471	10,9%	15.540	-50,6%	4.050	-73,9%	-47,7%
Reclasificación de "amortización de costes logísticos" incluidos en "otros consumos de mercaderías y otros consumibles"	30.448	30.272	-0,6%	28.290	-6,5%	26.949	-4,7%	-4,0%
EBITDA ajustado cash (3)	507.102	540.058	6,5%	605.894	12,2%	677.170	11,8%	10,1%
Gastos e ingresos por reestructuración	(28.379)	(31.471)	10,9%	(15.540)	-50,6%	(4.050)	-73,9%	-47,7%
Reestimación de vidas útiles en Francia	(16.000)	-	n/a	-	n/a	-	n/a	n/a
Deterioro	(8.000)	-	n/a	-	n/a	-	n/a	n/a
Gastos de formalización de deudas	-	(1.494)	n/a	(2.988)	100,0%	(2.988)	0,0%	n/a
Actas fiscales	(21.565)	-	n/a	-	n/a	-	n/a	n/a
Beneficio (pérdida) después de impuestos de las actividades interrumpidas	79.341	-	n/a	-	n/a	-	n/a	n/a
Resultados procedentes de inmovilizado	(40.359)	(47.329)	17,3%	(37.574)	-20,6%	(13.034)	-65,3%	-31,4%
Total elementos atípicos	(34.962)	(80.294)	n/a	(56.102)	-30,1%	(20.072)	-64,2%	-16,9%

- (1) Los gastos operativos se corresponden con la suma de los gastos de personal y los gastos de explotación.
- (2) EBITDA se define como el "Resultado de explotación" antes de "Amortizaciones y deterioro" y "Resultados procedentes de inmovilizado"
- (3) El "EBITDA ajustado cash" se define como el EBITDA antes de amortización de activos logísticos incluida en el epígrafe de la cuenta de resultados "Consumo de mercaderías y otros consumibles" y otros gastos e ingresos por reestructuración (incluidos en el epígrafe de "Gastos de explotación").
- (4) TACC es la Tasa Anual de Crecimiento Compuesto. Refleja el crecimiento medio anual del ejercicio 2010 al 2013.

Ventas

Las ventas por país proyectadas muestran un crecimiento estimado en todos los mercados en los que opera actualmente el Grupo DIA, siendo este crecimiento especialmente relevante en los mercados emergentes de Turquía, Brasil y Argentina.

La presión competitiva tanto en Francia como en España y Portugal y el entorno macroeconómico en España y Portugal incidirán de forma negativa en la evolución del crecimiento de ingresos en estos mercados maduros.

Adicionalmente, en España no está previsto que se incrementen los ingresos de forma sustancial debido a factores exógenos y a la transformación de “CO-CO” a “CO-FO”.

2011 - Incremento de ventas previsto del 4,0% motivado principalmente por:

La repercusión al cliente final del IPC medio alimentario ponderado por las ventas en cada país previsto por la compañía para el ejercicio 2011 del 2,7%.

Variación neta de entre 450 y 500 establecimientos que, teniendo en cuenta el traspaso de establecimientos “CO-CO” a franquiciados “CO-FO”, supondrá un incremento residual en el número de establecimientos “CO-CO” y que se incremente entre 425 y 475 el número de establecimientos franquiciados. Teniendo en cuenta unas ventas medias de 1 millón de euros por establecimiento franquiciado, el incremento en ventas “ceteris paribus” sería de aproximadamente 450 millones de euros, esto es, aproximadamente un 4,5% de las ventas. El componente más significativo de esta variación neta del número de establecimientos estará en los Países Emergentes.

Adicionalmente, se ha previsto un descenso de las ventas en Francia de los establecimientos ED, en línea con el comportamiento observado en 2010 atribuible a la pérdida de atractivo de ED comparado con DIA. Este descenso se verá parcialmente compensado por el comportamiento positivo en los mercados emergentes y el resto de mercados maduros con un impacto neto negativo de entre 300 y 400 millones de euros (aproximadamente un 3 - 4% de las ventas).

2012 - Incremento de ventas previsto del 7,7% motivado principalmente por:

La repercusión al cliente final del IPC medio alimentario ponderado por las ventas en cada país previsto por la compañía para el ejercicio 2012 del 2,8%.

Variación neta de entre 600 y 700 establecimientos que, teniendo en cuenta el traspaso de establecimientos “CO-CO” a franquiciados “CO-FO”, supondrá que se incremente entre 150 y 200 el número de establecimientos “CO-CO” y que se incremente entre 450 y 500 el número establecimientos franquiciados. Con unas ventas medias de 1 millón de euros por establecimiento franquiciado, y aproximadamente 1,5 millones de euros para los establecimientos “CO-CO”, el incremento en ventas “ceteris paribus” sería de entre 675 y 800 millones de euros, esto es, aproximadamente un 6%-8% de las ventas. El componente más significativo de esta variación neta del número de establecimientos estará en los

Países Emergentes.

Adicionalmente, el descenso previsto de ingresos en Francia si bien se continua viendo parcialmente compensado por el comportamiento positivo previsto en mercados emergentes y el resto de mercados maduros, está previsto que tendrá un impacto neto negativo entre 100 y 200 millones de euros (aproximadamente un 1-2% de las ventas).

2013 - Incremento de ventas previsto del 9,8% motivado principalmente por:

La repercusión al cliente final del IPC medio alimentario ponderado por las ventas en cada país previsto por la compañía para el ejercicio 2013 del 2,6%.

Variación neta de entre 700 y 800 establecimientos que, teniendo en cuenta el traspaso de establecimientos “CO-CO” a establecimientos franquiciados “CO-FO”, generará un incremento de entre 200 y 300 establecimientos “CO-CO” y un incremento de entre 400 y 500 establecimientos franquiciados. El componente más significativo de esta variación neta del número de establecimientos estará en los Países Emergentes.

Con unas ventas medias de 1 millón de euros por establecimiento franquiciado, y aproximadamente 1,5 millones de euros para los establecimientos “CO-CO”, el incremento en ventas “ceteris paribus” sería de entre 700 y 900 millones de euros, esto es, aproximadamente un 6%-8% de las ventas.

Otros ingresos

El capítulo de “Otros ingresos” está previsto que se incremente debido a la facturación de los alquileres soportados por DIA y repercutido a los franquiciados “CO-FO”.

Costes incluidos en EBITDA

Consumo de mercaderías y otros consumibles

- El consumo de mercaderías y otros consumibles calculado como porcentaje de las ventas crece de forma progresiva debido al peso creciente de las ventas de las franquicias “FO-FO” y “CO-FO” sobre las ventas totales, lo que provoca un menor apalancamiento operativo en este concepto. En efecto, para el mismo volumen de compras, las franquicias generan menos venta que los establecimientos “CO-CO” al tener un margen bruto menor, lo que provoca que el consumo de mercaderías y otros consumibles como porcentaje de las ventas sea mayor.
- El coste de materias primas y otros consumibles se ha previsto que evolucione correlativamente con el IPC de los productos alimentarios, estando prevista la repercusión de dicho incremento a los consumidores finales.
- La consolidación en los países emergentes está previsto que genere una mejora del margen comercial en estos países.

- Se han asumido las pérdidas estimadas de sinergias de compras con proveedores de producto de marca proveedor derivadas de la separación de Carrefour con especial incidencia en España y Francia, a partir del ejercicio 2012, al haberse firmado un contrato con el grupo Carrefour para seguir negociando conjuntamente en el ejercicio 2011. No se han estimado pérdidas de sinergias en compras a proveedores de marca propia al haberse firmado un contrato con el grupo Carrefour para seguir negociando conjuntamente por un periodo de tres años (ver apartado 22.1 del presente Documento de Registro).

Gastos operativos

- Se prevé que los costes de personal se incrementarán de forma progresiva en términos absolutos pero descienden como porcentaje de las ventas (salvo en el ejercicio 2011) debido al progresivo apalancamiento operativo del Grupo en los servicios centrales, así como la conversión de establecimientos “CO-CO” en franquicias.
- Se prevé mantener el mismo nivel de gastos de publicidad, suministros y reparación y mantenimiento, salvo descenso de 0,1 puntos porcentuales en el 2013 con respecto al ejercicio anterior, para este último.
- Está previsto que los costes de alquiler que evolucionen de manera positiva como porcentaje de las ventas debido a las mejores condiciones del mercado en los países maduros por la caída del mercado inmobiliario en estos países y a la previsión de una moderada inflación para el período proyectado.
- En el capítulo de otros gastos e ingresos por reestructuración, están incluidos tanto el coste de puesta en marcha de los planes de reestructuración, así como los costes puntuales de la operación de salida a Bolsa (aproximadamente 13 millones de euros). Dichos costes se incrementan en 2011 para reducirse de forma significativa durante el resto del periodo proyectado, ya que está previsto que se concluya con los planes de reestructuración en el año 2013.
- Las otras partidas de gastos operativos experimentarán incrementos de acuerdo con el aumento del volumen de actividad, habiéndose tomado diferentes hipótesis, razonables desde el punto de vista de negocio, de acuerdo a su naturaleza, variabilidad y magnitud.
- Adicionalmente, se ha asumido el impacto negativo de la separación de Carrefour con especial incidencia en gastos de personal (por la necesidad de contratación de personal adicional que supla las tareas realizadas hasta la fecha por Carrefour), así como el impacto positivo previsto en otros gastos generales (por la supresión de servicios de consultoría prestados por Carrefour).

Amortizaciones y deterioro y resultados procedentes del inmovilizado

- No se han previsto modificaciones en los años de vida útil para la amortización del inmovilizado. Es por ello que no se espera ninguna modificación adicional a las ya efectuadas al cierre de 2010 (16 millones de euros en Francia).
- Se asume un crecimiento en el gasto por amortizaciones a partir de 2012 debido a que la inversión orgánica prevista anualmente se situaría entre 300 y 350 millones de euros, siendo ésta superior a la cantidad amortizada en cada ejercicio. En el ejercicio 2011 no se prevé un incremento neto en el gasto de amortización ya que el incremento recurrente del gasto por amortización se ve compensado con la reestimación de la vida útil contabilizada en Francia anteriormente comentada.
- La inversión citada en el párrafo anterior está previsto que se financie íntegramente con recursos propios de explotación generados en cada ejercicio sin recurrir a financiación adicional al préstamo sindicado.
- Se asume que no habrá necesidad de realizar ningún deterioro adicional al ya realizado hasta la fecha (8 millones de euros en 2010).

En los resultados procedentes de inmovilizado, se han estimado minusvalías, especialmente en el año 2011, ya que el ritmo de transformaciones en DIA Market y DIA Maxi es probable que sea similar al de 2010 con especial incidencia en Francia. A partir de 2012, el ritmo de transformaciones se prevé que sea menor con una bajada sustancial en 2013, año en el que se prevé concluir con el plan de transformaciones en los mercados maduros.

Resultado financiero, impuesto sobre sociedades y resultados después de impuestos de actividades discontinuadas

Resultado financiero

- Una parte de dicho resultado se compone de la financiación de las inversiones en Francia y los Países Emergentes que ascendió en 2010 a 13 millones de euros. No está previsto que se recurra a financiación ajena adicional al préstamo sindicado para financiar las actividades corrientes.
- Por otra parte, la proyección de los resultados financieros refleja el coste del endeudamiento que asumirá el Grupo DIA derivado, principalmente del préstamo sindicado tal y como se describe en la sección 10.3 del Documento de Registro.
- Finalmente, a partir de 2011 se ha tenido en cuenta la periodificación de los 15 millones de euros de gastos por formalización del préstamo sindicado con un impacto de 1,5 millones de euros en 2011 y de 3 millones de euros en cada uno de los ejercicios 2012 y 2013.
- Asimismo, la inversión proyectada se financiaría con recursos propios y el préstamo sindicado, de ahí que se asuma que el ratio Deuda financiera neta / EBITDA ajustado cash, tal y como está definido en la sección 3 del presente Documento de Registro, no sea superior a 2 veces durante el período proyectado.

Impuesto sobre beneficios

- El gasto por impuesto sobre beneficios se ha proyectado con base a los tipos impositivos efectivos en cada uno de los países en los que opera el Grupo DIA, previendo el aprovechamiento de créditos fiscales en los países en los que éstos se hayan generado. Adicionalmente en el caso de Francia, se ha incluido en el gasto del impuesto sobre sociedades, el CVAE (Cotisation sur la Valeur Ajoutée des Entreprises).
- En 2010 el gasto por impuesto sobre beneficios se ha visto impactado positivamente en 15 millones de euros debido a los siguientes factores atípicos: 28,4 millones de euros de “gastos e ingresos por restructuración”, 16 millones de euros de la “re-estimación de la vida útil” del inmovilizado fijo en Francia, 8 millones de euros de “deterioro” y los 40,4 millones de euros de “resultados procedentes del inmovilizado”. Por contra, el impuesto sobre beneficios se ha visto impactado negativamente por 21,6 millones en concepto de “actas fiscales” por contingencias en el pago del impuesto sobre sociedades por operaciones con sociedades vinculadas durante el período de 2004 a 2010, incluyendo los costes financieros y sanciones.
- En 2011 el gasto por impuesto sobre beneficios se prevé que sea impactado positivamente en 25,6 millones de euros debido a los siguientes factores atípicos: 31,5 millones de euros de “gastos e ingresos por restructuración”, los 47,3 millones de euros de “resultados procedentes del inmovilizado” y los 1,5 millones de euros de costes financieros periodificados de gastos de formalización de deudas del préstamo sindicado.
- En 2012 el gasto por impuesto sobre beneficios se prevé que sea impactado positivamente en 18,2 millones de euros debido a los siguientes factores atípicos: 15,5 millones de euros de “gastos e ingresos por restructuración”, los 37,6 millones de euros de “resultados procedentes del inmovilizado” y los 3 millones de euros de costes financieros periodificados de gastos de formalización de deudas del préstamo sindicado.
- En 2013 el gasto por impuesto sobre beneficios se prevé que sea impactado positivamente en 6,5 millones de euros debido a los siguientes factores atípicos: 4,1 millones de euros de “gastos e ingresos por restructuración”, 13 millones de euros de “resultados procedentes del inmovilizado”, y los 3 millones de euros de costes financieros periodificados de gastos de formalización de deudas del préstamo sindicado.

Beneficio neto de las operaciones interrumpidas

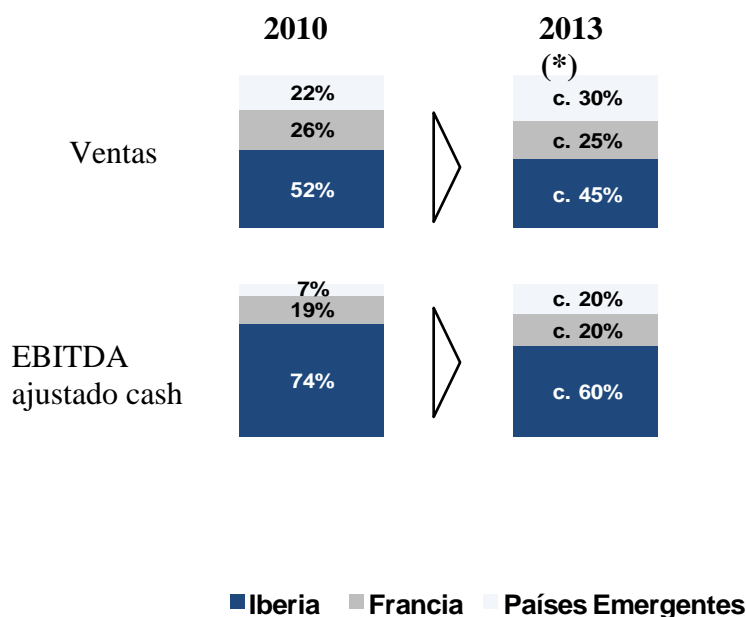
Esta partida incluye: (i) los resultados de las operaciones de la sociedad DIA Hellas A.E. hasta su venta en julio de 2010 a la sociedad Carrefour Marinopoulos A.E. que supusieron pérdidas de 8.393 miles de euros y (ii) la plusvalía de la venta de dicha sociedad que asciende a 87.734 miles de euros en julio de 2010.

No se han estimado resultados de operaciones interrumpidas para el periodo 2011 a 2013.

EBITDA ajustado cash

Se prevé conseguir un “EBITDA ajustado cash” de 540 millones de euros en 2011 lo que representa un 5,4% de las ventas y un crecimiento comparado con 2010 de un 6,5%. Asimismo se prevé conseguir un TACC del 10% en 2010-2013 con respecto a los 507 millones de euros del EBITDA ajustado cash de 2010.

La consecución de las líneas estratégicas de acción a futuro descritas, conjuntamente con la evolución que el negocio de Grupo DIA ha registrado hasta el momento, permiten estimar el desglose de ventas y EBITDA ajustado cash por segmentos geográficos para 2013:



(*) c: circa

Análisis de sensibilidad del beneficio neto

El Grupo DIA considera que las variables que podrían afectar en una mayor medida al beneficio neto proyectado son las siguientes:

- Tipo de cambio con respecto al Euro de los países emergentes: Peso Argentino / Euro, Real Brasileño / Euro, Lira Turca / Euro y Yuan Chino / Euro;
- Evolución del Euribor;
- Variabilidad de las ventas en los mercados maduros;
- Variabilidad de la expansión y por ende de las ventas en Turquía y Brasil; y
- Variación de las pérdidas de sinergias de compras por la separación de Carrefour

DIA ha procedido a realizar un análisis de sensibilidad de las citadas variables, el cual se incluye a continuación.

Sensibilidad al tipo de cambio de las monedas de los países emergentes con respecto al Euro

Las fluctuaciones del tipo de cambio de las monedas de los países emergentes con respecto al Euro pueden afectar significativamente los resultados de DIA, reduciendo el beneficio neto en caso de devaluación de la moneda y aumentándolo en caso de apreciación. Este análisis de sensibilidad muestra los efectos sobre el beneficio neto del ejercicio de una devaluación interanual del tipo de cambio Peso Argentino / Euro; Real Brasileño / Euro; Lira Turca / Euro y Yuan / Euro de forma conjunta y en un 5% tanto en 2011, como en 2012 y en 2013, respecto a los tipos de cambio medios utilizados. En sentido contrario, se muestran también los efectos de una apreciación del tipo de cambio de similar magnitud en los mismos períodos. En la Previsión de Beneficios se considera que no existe variación en el tipo de cambio, siendo este el tipo de cambio medio de 2010, esto es: 5,18 Pesos Argentinos / Euro; 2,33 Reales Brasileños / Euro; 2 Liras Turcas / Euro y 9 Yuanes / Euro.

Efecto en el beneficio neto proyectado:

<i>(miles de euros)</i>	2011	2012	2013
5% de devaluación interanual en 2011, 2012 y 2013 (respecto al valor medio de 2010)	280	(739)	(4.036)
5% de apreciación interanual en 2011, 2012 y 2013 (respecto al valor medio de 2010)	(309)	859	4.931

Sensibilidad a la evolución del Euribor

Las fluctuaciones del tipo de interés de referencia para la financiación de DIA, principalmente del Euribor a tres meses, ya que este es la referencia del préstamo sindicado pueden afectar significativamente los resultados de DIA, reduciendo el beneficio neto en caso de incremento del tipo de interés y aumentándolo en caso de descenso del tipo de interés. Este análisis de sensibilidad muestra los efectos sobre el beneficio neto del ejercicio de un incremento de 100 puntos básicos superior al estimado para el cierre de 2011 (3% comparado con el 2% inicialmente contemplado) con incrementos de 50 puntos básicos semestralmente (en línea con la Previsión de beneficios), hasta finales del ejercicio 2013.

Efecto en el beneficio neto proyectado:

<i>(miles de euros)</i>	2011	2012	2013
3% de tipo del interés de referencia a 31.12.2011 y 50 puntos básicos adicionales cada semestre (+1% a 31.12.2011 respecto al Euribor a 3 meses incluido en la Previsión)	(3.255)	(6.107)	(5.618)
1% de tipo de interés de referencia a 31.12.2011 y 50 puntos básicos adicionales cada semestre (-1% a 31.12.2011 respecto al Euribor a 3 meses incluido en la Previsión)	3.255	6.107	5.618

Sensibilidad a la evolución de las ventas en los mercados maduros

La sensibilidad refleja cómo afectaría al beneficio neto de DIA una variación positiva y negativa de las ventas en un 2% en los mercados maduros en cada período con respecto a las asumidas en la Previsión. Para el cálculo del potencial impacto en el beneficio neto de variaciones en la cifra de ventas se ha tenido en cuenta la naturaleza de los principales costes de DIA.

Efecto en el beneficio neto proyectado:

<i>(miles de euros)</i>	2011	2012	2013
Variación de -2% de las ventas en cada período (respecto a las ventas incluidas en la Previsión de Beneficios)	(13.960)	(14.690)	(15.241)
Variación de 2% de las ventas en cada período (respecto a las ventas incluidas en la Previsión de Beneficios)	13.960	14.690	15.241

Sensibilidad a la evolución de las ventas en Turquía

La sensibilidad refleja cómo afectaría al beneficio neto de DIA una variación positiva y negativa de las ventas en un 5% en Turquía en cada período con respecto a las asumidas en la Previsión. Al ser Turquía un mercado emergente para DIA y el país en el que hay previsto un mayor crecimiento de las ventas, DIA entiende que la variabilidad de las ventas y en consecuencia del beneficio neto podría ser mayor en comparación con los mercados maduros. Para el cálculo del potencial impacto en el beneficio neto de variaciones en la cifra de ventas se ha tenido en cuenta la naturaleza de los principales costes de DIA.

Efecto en el beneficio neto proyectado:

<i>(miles de euros)</i>	2011	2012	2013
Variación de -5% de las ventas en cada período (respecto a las ventas incluidas en la Previsión de Beneficios)	(2.678)	(4.125)	(5.950)
Variación de 5% de las ventas en cada período (respecto a las ventas incluidas en la Previsión de Beneficios)	2.678	4.125	5.950

Sensibilidad a la evolución de las ventas en Brasil

Al ser Brasil un mercado emergente para DIA y un país en el que DIA, después de Turquía prevé un mayor crecimiento de las ventas, la sensibilidad refleja cómo afectaría al beneficio neto de DIA una variación positiva y negativa de las ventas en un 2% en Brasil en cada período con respecto a las asumidas en la Previsión de Beneficios. Para el cálculo del potencial impacto en el beneficio neto de variaciones en la cifra de ventas se ha tenido en cuenta la naturaleza de los principales costes de DIA.

Efecto en el beneficio neto proyectado:

<i>(miles de euros)</i>	2011	2012	2013
Variación de -2% de las ventas en cada período (respecto a las ventas incluidas en la Previsión de Beneficios)	(1.179)	(1.397)	(1.698)
Variación de 2% de las ventas en cada período (respecto a las ventas incluidas en la Previsión de Beneficios)	1.179	1.397	1.698

Sensibilidad a la variabilidad en el impacto en el consumo de mercaderías y otros consumibles de la separación de Carrefour

La sensibilidad refleja cómo afectaría al beneficio neto de DIA una variación positiva y negativa de la pérdida de sinergias de compras de productos de marca proveedor derivadas de la separación de Carrefour en un 10% en cada período con respecto a las asumidas en la Previsión de Beneficios, que tendrá lugar a partir del año 2012 ya que se ha firmado una prórroga de contrato de cooperación con Carrefour hasta el final del año 2011.

Efecto en el beneficio neto proyectado:

<i>(miles de euros)</i>	2011	2012	2013
Variación de 10% del impacto derivado de la pérdida de sinergias en las compras de marca proveedor (respecto a la pérdida de sinergias incluidas en la Previsión de Beneficios)	-	(2.922)	(3.069)
Variación de -10% del impacto derivado de la pérdida de sinergias en las compras de marca proveedor (respecto a la pérdida de sinergias incluidas en la Previsión de Beneficios)	-	2.922	3.069

- 13.4 Si el Emisor publica en un folleto una previsión de beneficios que está aún pendiente, debería entonces proporcionar una declaración de si efectivamente ese pronóstico sigue siendo tan correcto como en la fecha del documento de registro, o una explicación de por qué el pronóstico ya no es válido, si ese es el caso.**

No aplicable.

14. ÓRGANOS ADMINISTRATIVO, DE GESTIÓN Y DE SUPERVISIÓN, Y ALTOS DIRECTIVOS

14.1 Nombre, dirección profesional y cargo en el Emisor de las siguientes personas, indicando las principales actividades que éstas desarrollan al margen del Emisor, si dichas actividades son significativas con respecto a ese Emisor

14.1.1 Miembros de los órganos de administración, de gestión o de supervisión

(i) *Miembros del órgano de administración*

La administración de la Sociedad corresponde a un consejo de administración. A la fecha de registro del presente Documento de Registro, el consejo de administración está compuesto por 6 miembros, cuyos cargos en el seno del consejo son los que se detallan a continuación, además del Secretario y Vicesecretario no consejeros:

Nombre	Cargo
D. Ricardo Currás de Don Pablos	Presidente (con funciones ejecutivas)
Carrefour Société Anonyme, siendo su representante persona física D. José Carlos González Hurtado	Vicepresidente
D. Vincent Abello	Vocal
Norfin Holder, S.L., siendo su representante persona física D. Bernard Carrel Billiard	Vocal
D. Diego Cavestany de Dalmases	Vocal (con funciones ejecutivas)
D. Antonio Arnanz Martín	Vocal (con funciones ejecutivas)
D. José Antonio de Francisco Blanco	Secretario no Consejero
D. �ngel Ignacio Rivas Pino	Vicesecretario no Consejero

La totalidad de los miembros del consejo de administración han sido nombrados a propuesta de Carrefour Société Anonyme.

No obstante, de conformidad con las decisiones tomadas por el accionista único de la Sociedad de fecha 9 de mayo de 2011, est  previsto que el consejo de administración de la Sociedad pase a estar formado por diez (10) consejeros en el momento en que se produzca la admisión a cotización de las acciones de la Sociedad. Est  previsto que el consejo de administración está formado por D. Ricardo Currás de Don Pablos, que tendrá la condición de consejero ejecutivo, por dos consejeros dominicales (D. Nadra Moussalem y D. Nicolas Brunel) que serán designados por Blue Capital S. r.l. (principal accionista de Carrefour Société Anonyme con una participación del 11,09% del capital, y que ostentará una participación equivalente en el capital social de DIA) y por siete consejeros independientes. En relación con estos últimos, est  previsto que su consideración

como independientes sea sometida a la ratificación de la comisión de nombramientos y retribuciones, una vez ésta se constituya tras la admisión a cotización de las acciones de la Sociedad.

Está asimismo previsto que la composición del consejo de administración en el momento en que se produzca la admisión a cotización de las acciones de la Sociedad, sea la siguiente:

Nombre	Cargo	Carácter del cargo
D ^a Ana María Llopis	Presidente	Independiente
D. Ricardo Currás de Don Pablos	Vocal (*)	Ejecutivo
D. Julián Díaz González	Vocal	Independiente
D. Richard Golding	Vocal	Independiente
D. Mariano Martín Mampaso	Vocal	Independiente
D. Pierre Cuilleret	Vocal	Independiente
D ^a Rosalía Portela	Vocal	Independiente
D. Antonio Urcelay Alonso	Vocal	Independiente
D. Nadra Moussalem	Vocal	Dominical
D. Nicolas Brunel	Vocal	Dominical

(*) Se tiene asimismo previsto que D. Ricardo Currás de Don Pablos sea nombrado Consejero Delegado de la Sociedad.

Los cargos de secretario y vicesecretario del nuevo consejo de administración, que está previsto no ostenten la condición de consejero, serán designados con posterioridad.

Datos sobre la preparación y experiencia pertinentes de gestión

A continuación se recoge una breve descripción del perfil profesional y académico de los consejeros a fecha del presente Documento de Registro:

Consejero

Perfil

D. Ricardo Curras de Don Pablos

Nacido en Alemania en 1962. Licenciado en Ciencias Matemáticas por la Universidad Complutense de Madrid y Master Business Administration por el Instituto de Empresa. Tras una corta estancia en Arthur Andersen, se incorporó al Grupo DIA en 1986 como analista en control de gestión. En 1991, pasó a formar parte de la Dirección Comercial como Director de Marca Propia. En 1994 se hizo cargo de la Dirección de Operaciones Comerciales y Logística y en 1997 fue nombrado Director Comercial del Grupo DIA. En 2006 pasó a ser miembro del Comité de Dirección del Grupo Carrefour como Director Ejecutivo DIA España. En mayo del 2009 fue nombrado Director Ejecutivo y máximo responsable del Grupo DIA además de miembro del Comité Ejecutivo del grupo Carrefour¹.

D. Diego Cavestany de Dalmases

Nacido en España en 1960. Licenciado en Derecho por la Universidad Central de Barcelona y Master Business Administration por el Instituto de Estudios Superiores de la Empresa. Tras una estancia en Price Waterhouse Coopers en Barcelona, se incorporó a DIA en 1988 como Jefe de Expansión en el Centro Regional de Cataluña y en 1989 ocupó el puesto de Director Regional de Expansión de Cataluña. En el año 1991 fue nombrado Director del Centro Regional de Andalucía y en el año 1998 fue nombrado Director General de DIA Portugal. Comenzó a asumir la responsabilidad como Director Ejecutivo para Asia en el año 2000. Desde el año 2010 ocupa el puesto de Director Ejecutivo Operacional de DIA España.

D. Antonio Arnanz Martín

Nacido en España en 1960. Master Business Administration por el Instituto de Empresa. Comenzó a trabajar en DIA en 1981 en el departamento de Contabilidad. En 1983 fue designado como responsable de crear el departamento de Tesorería. En 1985 se incorporó al departamento de Control de Gestión siendo nombrado Responsable de Control de Gestión y Tesorería en 1988. En 1991 fue nombrado *controller* del Grupo DIA y en 1992 fue nombrado Director Financiero DIA Internacional. En el año 2006 comenzó a asumir la responsabilidad de la Dirección Financiera de DIA España. En la actualidad y desde agosto del 2010 es Director Financiero del Grupo DIA

D. Vincent Abello

Nacido en Francia en 1975. Master Business Administration por la escuela de negocio EDHEC. Tras una temporada trabajando en el departamento de Fusiones y Adquisiciones de SG Cowen en Nueva York y en Société Générale (en París y Milán), se incorporó al grupo Carrefour en 2005. En la actualidad es Director de Fusiones y Adquisiciones del grupo Carrefour.

¹ Est  previsto que, con la separación del Grupo DIA del grupo Carrefour, el consejero cese en sus funciones en este último.

Consejero

Perfil

D. José Carlos González Hurtado (representante persona física de Carrefour Société Anonyme)	Nacido en España en 1964. Licenciado en Derecho y en Administración y Dirección de Empresas por la Universidad Pontificia de Comillas (ICADE), donde ha colaborado también como profesor. Ingresó en Procter & Gamble en 1989, ocupando diversos cargos en esa compañía y en diferentes países hasta octubre de 2009. En diciembre de ese año se incorporó al grupo Carrefour como Director Comercial (<i>Group Chief Commercial Officer</i>) y miembro del Comité Ejecutivo (<i>Executive Board</i>) del grupo Carrefour.
D. Bernard Carrel Billiard (representante persona física de Norfin Holder, S.L.)	Nacido en Francia en 1962. Tras cursar un Postgrado en Derecho Internacional de los Negocios y tras una estancia de tres años en el grupo Delmas-Vieljeux, se incorporó al grupo Promodès como responsable jurídico. Nombrado director jurídico <i>corporate</i> en 1998, mantuvo dicho cargo en el grupo Carrefour tras la fusión entre el grupo Promodès y el grupo Carrefour formalizada en marzo de 2000. Tras haber sido secretario del Directorio y del consejo de supervisión de Carrefour S.A., es ahora secretario de su consejo de administración. Asimismo es administrador de Norfin Holder, S.L., actuando como representante de dicha sociedad en el consejo de administración de DIA.

A continuación se recoge una breve descripción del perfil profesional y académico de los futuros consejeros de la Sociedad:

Consejero

Perfil

D^a Ana María Llopis	Licenciada en Físicas por la Universidad de Maryland. Doctora en Ingeniería de Ciencias de Materiales por la Universidad de Berkeley. Tras una estancia en Procter & Gamble, Banesto y Schweppes fue fundadora y consejera delegada de Openbank, tras lo cual formó parte del Órgano de Supervisión de ABN Amro. Hasta abril de 2011 ha ocupado el cargo de consejera de British American Tobacco.
D. Ricardo Currás de Don Pablos	Ver información anterior.
D. Julián Díaz González	Licenciado en Administración y Dirección de Empresas por la Universidad Pontificia de Comillas – ICADE. Tras una estancia en TNT Leisure, S.A., Aldeasa, Aeronáuticas de México S.A. de CV y Deor S.A. de CV se incorporó a Latinoamericana Duty-Free, S.A. de CV. Desde 2004 ocupa el cargo de consejero delegado y miembro del consejo de administración de Dufry AG

Consejero

Perfil

D. Richard Golding	Licenciado en Administración de Empresas por la London Thames University. En su trayectoria profesional ha ocupado, entre otros, los siguientes cargos: director de marketing del grupo Cadbury Schweppes, consejero delegado de Aspro Ocio, consejero delegado y Presidente de Dorna Promoción del Deporte, consejero delegado de Two Wheel Promotion, Presidente para el negocio del tabaco y parte del negocio de alimentación de RJR Nabisco para España, Portugal, Italia, Francia, Andorra y Reino Unido. En la actualidad es el Presidente Ejecutivo y miembro del consejo de administración del grupo Parques Reunidos.
D. Mariano Martín Mampaso	Licenciado en Económicas. Se incorporó en 1976 a Procter & Gamble, empresa en la que permaneció durante 33 años, hasta su retiro como presidente mundial de ventas de la compañía en junio de 2009. Actualmente ocupa el cargo de consejero en Zinkia, siendo también miembro del consejo de administración de AECOC, del Consejo de Gobierno de GS1 US y del Consejo Ejecutivo de Global Commerce Initiative.
D. Pierre Cuilleret	Nacido en Francia. Graduado por el HEC de París. Realizó estudios en la Universidad de Berkeley. Tras una estancia en el grupo Bouygues en el Reino Unido y en Gemini Consulting en Francia, fundó The Phone House en 1996. En 2000 se convirtió en el consejero delegado del grupo de seguros de The Carphone Warehouse Group Plc. Desde agosto de 2005 ha ocupado el cargo de consejero delegado de Micromanía. En 2011 fue nombrado Vicepresidente Senior de Gamestop.
Dª Rosalía Portela	Licenciada en Ciencias Económicas por la Universidad Complutense de Madrid. Máster en Economía por la Universidad de Memphis. Tras una larga estancia en Procter & Gamble trabajó en Repsol, Kimberly Clark y Telefónica. A continuación se trasladó a ONO, donde actualmente ocupa el cargo de consejera delegada. Goza de una amplia experiencia en el sector de los bienes de consumo, el sector minorista de alimentación y el sector de las telecomunicaciones.
D. Antonio Urcelay Alonso	Licenciado en Derecho por la Universidad Complutense de Madrid (1984), trabajó en el departamento de marketing de Procter & Gamble (1984-1985), fue director general de Ahold España (1984-1985), ejerció en el despacho de abogados J y B Cremades (1985-1990), fue director general de la cadena de supermercados Digma S.A. (1985-1993) y de Leche Pascual, S.A. (1993-1996). En 1996 se incorporó a Toys R Us Europe, siendo actualmente presidente de Toys R Us Europe, con responsabilidad en las operaciones de esta compañía en Francia, Alemania, España, Reino Unido, Austria, Portugal, Polonia y Suiza, y miembro del Comité Ejecutivo de Toys R Us Inc. Adicionalmente es miembro del Consejo Directivo de AECOC, una asociación de fabricantes y distribuidores.

Consejero

Perfil

D. Nadra Moussalem	Ciudadano francés. Máster en Tecnologías de la Información y la Comunicación por la École Centrale de Lyon. Se incorporó a Colony Capital en 2000, donde fue nombrado Director Gerente en 2007 y Principal en 2010. Es responsable de la identificación, evaluación, consumación y gestión de las inversiones europeas. En la actualidad es miembro Consejo de Edenred S.A., consejero de Sisters Soparfi S.A. y Director Gerente de Cedar Trust S.à r.l.
D. Nicolas Brunel	Nacido en Francia. Graduado por el Instituto de Estudios Políticos de París y Máster en Business Administration (MBA) por la escuela de negocios ESSEC. Tras haber trabajado en el Departamento de Desarrollo Corporativo de Danone y en la oficina de París de The Carlyle Group, se incorporó a LVMH/Groupe Arnault en 2002, donde es responsable de supervisar las operaciones de las sociedades públicas y privadas en las que LVMH/Groupe Arnault son accionistas.

Naturaleza de toda relación familiar

No existe relación familiar alguna entre las personas a las que se ha hecho referencia en este subepígrafe, de acuerdo con la definición de "familiares próximos" prevista en la normativa aplicable sobre operaciones vinculadas (Orden EHA/3050/2004, de 15 de septiembre, sobre la información de las operaciones vinculadas que deben suministrar las sociedades emisoras de valores admitidos a negociación en mercados secundarios oficiales).

Nombre de todas las empresas y asociaciones de las que los miembros del órgano de administración hayan sido, en cualquier momento de los cinco años anteriores, miembro de los órganos de administración, de gestión o de supervisión, o socio, indicando si esa persona sigue siéndolo

A continuación se detallan los cargos desempeñados por los consejeros actuales de la Sociedad, con indicación de si el cargo se encuentra actualmente vigente:

Consejero	Sociedad	Actividad	Vigente	Cargo
D. Ricardo Currás de Don Pablos	Finandía, E.F.C., S.A.U.	Financiera	Sí	Consejero
	Norfin Holder, S.L. (*)	Distribución	Sí	Consejero
	Dia Sabanci Supermarketleri Ticaret Anomin Sirketi	Distribución	Sí	Consejero
Carrefour Société Anonyme	Norfin Holder, S.L.	Distribución	S��	Presidente
	Carrefour Organisation et Systemes Groupe SAS	Informática	No	Presidente
	CRFP 10	Holding	S��	Presidente
	CRFP 11	Holding	S��	Presidente

Consejero	Sociedad	Actividad	Vigente	Cargo
	CRFP 12	Holding	No	Presidente
	CRFP 13	Holding	Sí	Presidente
	CRFP 14	Holding	Sí	Presidente
	CRFP 15	Holding	Sí	Presidente
	CRFP 4	Holding	Sí	Presidente
	Carrefour Marinopoulos	Distribución	Sí	Consejero
D. José Carlos González Hurtado	-	-	-	-
D. Vincent Abello	-	-	-	-
Norfin Holder, S.L.	Centros Comerciales Carrefour, S.A.	Distribución	Sí	Consejero
D. Bernard Carrel Billiard	Centro de Coordinación Carrefour	Gestión de tesorería	Sí	Representante legal (Gerente)
	Fourcar Belgium	Holding	Sí	Consejero
	GMR	Holding	Sí	Consejero
	Northshore Participations	Holding	Sí	Consejero
	Sercar	Capital riesgo	Sí	Consejero
	South Med Investments	Holding	Sí	Consejero
	Norfin Holder, S.L.	Distribución	Sí	Consejero
	Centros Comerciales Carrefour, S.A.	Distribución	Sí	Representate del consejero Carrefour Nederland BV
	Carrefour Property España, S.L.	Inmobiliaria	Sí	Representate del consejero Centros Comerciales Carrefour, S.A.
	Bearbull	Holding	Sí	Presidente
	Boedim	Holding	Sí	Representante legal (Gerente)
	Carrefour Property	Inmobiliaria	Sí	Miembro del Comité de Dirección
	CRFP 8	Holding	Sí	Presidente
	CRFP 1	Holding	No	Representante legal (Gerente)
	Dauphinoise de Participations	Holding	Sí	Presidente
	Tourangelle de Participations	Holding	Sí	Representante del consejero Dauphinoise

Consejero	Sociedad	Actividad	Vigente	Cargo
				de Participations
	Hyparmo	Inmobiliaria	Sí	Representante legal (Gerente)
	PRM	Holding	Sí	Representante legal (Gerente)
	Carrefour Insurance	Seguros	Sí	Presidente
	Carrefour Property Italia	Inmobiliaria	Sí	Consejero
	Velasquez	Reaseguro	Sí	Presidente
	Carrefour Nederland BV	Holding	Sí	Miembro del Comité de Supervisión
	Fourcar BV	Holding	Sí	Miembro del Comité de Supervisión
	Carrefour Romania	Distribución	Sí	Representante de los consejeros Dauphinoise de Participations y Bearbull
	Intercross Roads UK	Holding	Sí	Consejero
	Hyperdema	Holding	Sí	Consejero
	Promohypermarkt AG	Holding	Sí	Consejero
	Carrefour Property France	Inmobiliaria	Sí	Miembro del Comité de Dirección
	Hyparlo	Distribución	Sí	Presidente
	Hyparlo France	Holding	Sí	Presidente
	Intercrossroads Lux	Holding	No	Representante legal (Gerente)
	Carrefour B2B	Tecnologías de la Información	No	Consejero
D. Diego Cavestany de Dalmases	DIA Tian Tian (Shanghai) Management Consulting Service & Co. Ltd.	Consultoría	No	Consejero
D. Antonio Arnanz Martín	Finandia, E.F.C., S.A.U.	Financiera	Sí	Consejero
	Twins Alimentación, S.A.U.	Distribución	No	Consejero
	Pe-Tra Servicios a la Distribución, S.L.U.	Distribución	No	Representante Administrador Único
	Norfin Holder, S.L. (*)	Distribución	Sí	Consejero

(*) Tanto D. Ricardo Currás de Don Pablos como D. Antonio Arnanz Martín van a proceder próximamente a presentar su dimisión como consejeros de Norfin Holder, S.L.

Por otro lado, se hace constar que, a la fecha de registro del presente Documento de Registro, ninguno de los consejeros (a excepción de Carrefour Société Anonyme –puesto que es la entidad cabecera del grupo Carrefour- y Norfin Holder, S.L. –por ser accionista único de DIA-) ha notificado a la Sociedad su titularidad sobre participaciones relevantes en el capital de entidades que tengan el mismo, análogo o complementario género de actividad del que constituye el objeto social tanto de la Sociedad como de su grupo.

A continuación se detallan los cargos desempeñados por los consejeros futuros de la Sociedad con indicación de si el cargo se encuentra actualmente vigente:

Consejero	Sociedad	Actividad	Vigente	Cargo
D ^a Ana María Llopis	Global Ideas4all, S.L.	Consultoría estratégica, realización de planes de desarrollo, investigación de mercado, divulgación, distribución multicanal	Sí	Consejera delegada
	British American Tobacco, p.l.c.	Industria tabaquera	No	Consejera no ejecutiva Miembro de la comisión de nombramientos y retribución Miembro de la comisión de auditoría Miembro de la comisión de responsabilidad social corporativa
	ABN AMRO BANK, N.V.	Prestación de servicios financieros propios de una entidad de crédito	No	Consejera no ejecutiva Miembro de la comisión de auditoría y del comité de supervisión
	Service Point Solutions, S.A.	Prestación de servicios y asesoramientos y estudios de valoración de sociedades	Sí	Consejera no ejecutiva Presidenta de la comisión de retribuciones
	Music Intelligent Solutions, Inc. (anteriormente denominada Polyphonic Human Media Interface)	Prestación de servicios digitales utilizando contenidos	Sí	Consejera dominical

Consejero	Sociedad	Actividad	Vigente	Cargo
		musicales y vídeos		
	Integrante del grupo especial de trabajo sobre buen gobierno de las sociedades cotizadas	A propuesta del Presidente de la CNMV, fue nombrada como integrante procedente del sector privado por el Secretario de Estado de Economía	No	Integrante independiente del Grupo Especial de Trabajo para asesorar a la CNMV en la armonización y actualización de las recomendaciones de los Informes Olivencia y Aldama sobre buen gobierno de las sociedades cotizadas
	Integrante del Consejo Asesor el texto de la Ley de Administración Electrónica	Asesora en el texto de la Ley de Administración Electrónica, trabajando para el ex-ministro D. Jordi Sevilla y para D ^a Elena Salgado	No	Integrante independiente del Consejo Asesor
	Fundación José Félix Llopis	Fomento del intercambio cultural, especialmente de las artes plásticas, entre Iberoamérica y España	Sí	Vicepresidenta
D. Ricardo Currás de Don Pablos	Ver información anterior.			
D. Julián Díaz González	Dufry AG	Venta al por menor	Sí	Consejero Delegado
	Dufry AG	Venta al por menor	Sí	Presidente Ejecutivo y miembro del Comité
	Dufry South America	Venta al por menor	Sí	Vicepresidente
	Duty Free Caribbean Holdings	Venta al por menor	Sí	Vicepresidente
	Dufry South Africa	Venta al por menor	Sí	Presidente y miembro del Comité Ejecutivo
D. Richard Golding	Parques Reunidos Group	Parques de ocio	Sí	Presidente ejecutivo
D. Mariano Martín	Procter & Gamble	Bienes de consumo	No	-
	Zinkia	Medios de comunicación	Sí	Consejero

Consejero	Sociedad	Actividad	Vigente	Cargo
D. Pierre Cuilleret	GameStop	Distribución de videojuegos	Sí	Vicepresidente senior
	Micromanía	Distribución de videojuegos	Sí	Consejero Delegado
	Institut du Mentorat Entrepreneurial	Desarrollo (sin ánimo de lucro)de empresas	Sí	Mentor
	The Phone House	Venta al por menor de teléfonos móviles	No	Fundador y Consejero Delegado
Dª Rosalía Portela	Telyco	Venta al por menor, telecomunicaciones	No	-
	TTP	Distribución, telecomunicaciones	No	-
	Zena	Venta al por menor de alimentación	No	Presidenta
	ONO	Telecomunicaciones	Sí	Consejera Delegada
D. Antonio Urcelay Alonso	The Beauty Bell Chain, S.L.	Perfumerías	Sí	Representante del consejero Paurig, S.L., entidad de la que es propietario
	La Sirena Alimentación Congelada, S.L.U.	Distribución de congelados	Sí	Consejero
	Nutrexpa, S.L.	Fabricante de alimentación	Sí	Representante del miembro del Comité Asesor Paurig, S.L., entidad de la que es propietario
	Asociación Española de Codificación Comercial (AECOC)	Asociación de fabricantes y distribuidores	Sí	Miembro del Consejo Directivo
	Toys R Us Real Estate, S.L.	Propietario de diversos centros operados por Toys R Us en España	Sí	Presidente del consejo de administración
	Toys R Us Madrid, S.L.	Holding	Sí	Consejero
	Ka International, S.L.	Mobiliario y decoración minorista	No	Representante del consejero Paurig, S.L., entidad de la que es propietario
D. Nadra Moussalem	Edenred S.A.	Servicios empresariales	Sí	Miembro del Consejo y del Comité de Auditoría

Consejero	Sociedad	Actividad	Vigente	Cargo
	Cedar Trust S.à.r.l.	Financiero	Sí	Director General
	Sisters Soparfi S.a.	Financiero	Sí	Consejero
	Front de Seine Participations SAS	Financiero	No	Consejero
	Front de Sei Hotel S.A.	Hoteles	No	Consejero
D. Nicolás Brunel	Paprec Group SAS	Reciclaje medioambiental	Sí	Miembro del Comité de Supervisión
	Banijay Holding SAS	Producción de contenidos televisivos	Sí	Miembro del Comité de Supervisión
	Weka Entertainment SA	Juego por internet	Sí	Consejero
	Financière Next SAS	Fabricación de juguetes	Sí	Miembro del Comité
	Lansay SA	Fabricación de juguetes	Sí	Consejero
	Seamobile Inc.	Servicios de telecomunicaión	Sí	Observador
	En Direct Avec SAS	Servicios interactivos	Sí	Miembro del Comité Estratégico
	Betfair Group Limited	Apuestas por internet	No	Observador
	Lyparis SAS	Viajes on-line	No	Presidente del Órgano de Supervisión
	Publications Professionnelles SAS	Publicación B-to-B	No	Miembro del Órgano de Supervisión
	Crossject SA	Instrumentos médicos	No	Miembro del Órgano de Supervisión

Se hace constar que, a la fecha de registro del presente Documento de Registro, ninguno de los consejeros futuros ha notificado a la Sociedad su titularidad sobre participaciones relevantes en el capital de entidades que tengan el mismo, análogo o complementario género de actividad del que constituye el objeto social tanto de la Sociedad como de su grupo.

Cualquier condena en relación con delitos de fraude por lo menos en los cinco años anteriores; datos de cualquier quiebra, suspensión de pagos o liquidación con las que estuviera relacionada por lo menos durante los cinco años anteriores, detalles de cualquier incriminación pública oficial y/o sanciones por autoridades estatutarias o reguladoras (incluidos los organismos

profesionales designados) y si esa persona ha sido descalificada alguna vez por un tribunal por su actuación como miembro de los órganos de administración de gestión o supervisión de un Emisor o por su actuación en la gestión de los asuntos de un Emisor durante por lo menos los cinco años anteriores

De acuerdo con la información suministrada a la Sociedad por parte de los miembros actuales y futuros del consejo de administración, se hace constar que ninguno de ellos:

- (a) ha sido condenado en relación con delitos de fraude en los cinco (5) años anteriores a la fecha de aprobación del presente Documento de Registro;
- (b) está relacionado con cualquier concurso o liquidación de una sociedad mercantil en la que actuara como miembro del consejo de administración o como alto directivo en los cinco (5) años anteriores a la fecha de aprobación del presente Documento de Registro;
- (c) ha sido incriminado pública y oficialmente y/o sancionado por las autoridades estatutarias o reguladoras (incluidos los organismos profesionales designados) o descalificado por tribunal alguno por su actuación como miembro de los órganos de administración, gestión o supervisión de un Emisor o por su actuación en la gestión de los asuntos de un Emisor en los cinco (5) años anteriores a la fecha de aprobación del presente Documento de Registro.

(ii) *Miembros de los órganos de gestión y supervisión*

Actualmente no existe ninguna comisión dentro del consejo de administración. No obstante, una vez que se produzca la admisión a cotización de las acciones de la Sociedad, y de conformidad con los estatutos sociales que serán aplicables a partir de ese momento, está previsto que exista, de un lado, una comisión de auditoría y de cumplimiento y, de otro lado, una comisión de nombramientos y retribuciones.

14.1.2 Socios comanditarios, si se trata de una sociedad comanditaria por acciones:

No aplicable, al tratarse de una sociedad anónima.

14.1.3 Fundadores, si el Emisor se constituyó hace menos de cinco años:

No aplicable, al haberse constituido la Sociedad hace más de cinco (5) años.

14.1.4 Cualquier alto directivo que sea pertinente para establecer que el Emisor posee las calificaciones y la experiencia apropiadas para gestionar las actividades del Emisor:

A continuación se relacionan las personas que conforman el cuadro de altos directivos de la Sociedad a fecha del presente Documento de Registro incluido el primer ejecutivo de la Sociedad.

Nombre	Cargo	Fecha de Incorporación al cargo actual
D. Ricardo Currás de Don Pablos	Director Ejecutivo Grupo DIA	Mayo 2009
D. Juan Cubillo Jordán de Urries	Director Comercial y Mercancías Grupo DIA	Agosto 2010
D. Diego Cavestany de Dalmasas	Director Ejecutivo Operacional DIA España	Agosto 2010
D. Antonio Coto Gutiérrez	Director Ejecutivo América y Parteneriado	Agosto 2010
D. Javier La Calle Villalón	Director Ejecutivo Portugal, Turquía y China	Agosto 2010
D. Bruno Pertriaux	Director Ejecutivo Francia	Enero 2008
D. Antonio Arnanz Martín	Director Financiero Grupo DIA	Agosto 2010
Dª. Concepción Bravo Cabanillas	Directora Corporativa y Desarrollo de Recursos Humanos Grupo DIA	Agosto 2010
D. Ignacio Gosálbez Quintana	Director de Organización y Sistemas Grupo DIA	Octubre 1984
D. Miguel Ángel Iglesias Peinado	Director Asesoría Jurídica Grupo DIA	Julio 2004

Datos sobre la preparación y experiencia pertinentes de gestión

Se incluye a continuación un cuadro explicativo que contiene la descripción del perfil de cada uno de los directivos de la Sociedad y el Grupo DIA, en lo que respecta a su preparación y experiencia de gestión.

Directivo	Perfil
D. Ricardo Currás de Don Pablos	Ver apartado 14.1.1 anterior
D. Juan Cubillo Jordán de Urries	Nacido en España en 1963. Doctor en Ingeniería de Montes por la Universidad Politécnica de Madrid y Master Business Administration por la Escuela de Organización Industrial de Madrid. Con anterioridad a su incorporación al Grupo DIA desempeñó diferentes responsabilidades en Andersen Consulting y en K'Nox D'Arcy. Se incorporó en 1994 al departamento comercial del Grupo DIA. En 1996 fue nombrado Responsable Líquidos y Alimentación Salada. En 1997 fue nombrado Director de Compras de Marca Propia en la Sede Central del grupo Carrefour. En 1999 retornó al Grupo DIA como Director de Perecederos Internacional. En el año 2000 fue nombrado Director Comercial DIA Portugal. En 2005 fue nombrado como Director Comercial Alimentación grupo Carrefour. En 2008 fue nombrado Director de Parteneriado del Grupo DIA. En 2009 fue Director Comercial Grupo DIA siendo en agosto del 2010 nombrado como Director Comercial y Mercancías del Grupo DIA.

Directivo

Perfil

D. Diego Cavestany de Dalmases	Ver apartado 14.1.1 anterior
D. Antonio Coto Gutiérrez	Nacido en España en 1960. Ingeniero Civil por la Universidad Politécnica de Madrid. Licenciado en Ciencias Económicas y Administración de Empresas por la Universidad Nacional de Educación a Distancia. Food Industry Management, por Marshal School of Business, University of Southern California. Tras una corta estancia en Arthur Andersen, se incorporó al Grupo DIA en 1986 como Controller. En 1988 fue nombrado Director de Planificación y Control, además de Responsable del Proyecto de Franquicias. En 1989 fue nombrado Subdirector General del Grupo DIA, compatibilizando esta función con las siguientes responsabilidades: desde 1989 hasta 1992 Responsable de Adquisiciones en España, desde 1992 a 1997 Responsable de la Expansión Internacional del Grupo DIA. En el año 1997 fue nombrado Director General del Grupo DIA en Argentina y en 1999 Director Ejecutivo de Latinoamérica. Desde agosto de 2010 hasta la actualidad además de ser Director Ejecutivo de Latinoamérica asumió la responsabilidad de Parteneriado y Franquicias del Grupo DIA.
D. Javier La Calle Villalón	Nacido en España en 1960. Licenciado en Derecho y Graduado en Ciencias Empresariales por la Universidad Pontificia Comillas Instituto Católico de Administración y Dirección de Empresas. Master en Dirección de Empresas por el Instituto de Estudios Superiores de la Empresa. Se incorporó a DIA como Adjunto a la Dirección Comercial en el año 1985. En 1996 asumió diferentes responsabilidades como Jefe de Marketing, Director Comercial y Director General Comercial. En 1996 fue nombrado Director Comercial Marcas Propias del Grupo Promodès en París. En 1999 ocupó la responsabilidad de Director Adjunto de Supermercados Norte en Buenos Aires. En el año 2000 asumió el puesto de Director de Nuevos Negocios del Grupo DIA, siendo de nuevo Director Comercial del Grupo DIA en el año 2006. En el año 2009 es nombrado Director Ejecutivo del Grupo DIA en Grecia y Turquía además de Director de Nuevos Formatos Comerciales. Desde agosto del 2010 hasta la actualidad es Director Ejecutivo del Grupo DIA en Portugal, Turquía y China.
D. Bruno Pertriaux	Nacido en Francia en 1961. Brevet Technicien Supérieur en Administration des Entreprises por CNED de Vanves. Anterior a su experiencia en DIA fue Director Adjunto a una tienda Auchan en el año 1984, Director de Supermercado y de Sector en Stock en el año 1985. En 1989 fue nombrado Director Comercial de Continente / Champion. Se incorporó al Grupo DIA en el año 1991 como Director Comercial de DIA Francia en París. En 1996 fue nombrado Director de Operaciones Tiendas Parking para DIA España. En el año 1996 fue nombrado Director Comercial Internacional. En 1998 asumió la responsabilidad del Grupo DIA en Turquía como Director Ejecutivo. En el año 2002 fue designado Director Ejecutivo Adjunto ED Francia y responsable de la Dirección Comercial. Desde enero de 2008 es Director Ejecutivo ED Francia.

Directivo

Perfil

D. Antonio Arnanz Martín

Ver apartado 14.1.1 anterior

D^a Concepción Bravo Cabanillas

Nacida en España en 1962. Licenciada en Ciencias de la Información, especialidad en Periodismo por la Universidad Complutense. Se incorpora al Grupo DIA en el año 1987 en el área de Operaciones como Monitora. En 1988 fue nombrada Jefe de Formación del Centro Regional Centro. En 1990 asumió la responsabilidad de la formación y selección de España. En 1996 fue nombrada Jefe de Desarrollo de Recursos Humanos asumiendo la función de Directora de Desarrollo de Recursos Humanos Internacional en 1999. En el año 2006 fue nombrada Directora de Recursos Humanos Corporativos e Internacional. Desde agosto del 2010 hasta la actualidad es Directora Corporativa y de Desarrollo de Recursos Humanos del Grupo DIA.

D. José Ignacio Gosálbez Quintana

Nacido en España en 1956. Licenciado en Informática por la Universidad Politécnica de Madrid y Master en Administración y Dirección de Empresas por el Instituto de Estudios Superiores de la Empresa. Con anterioridad a su incorporación al Grupo DIA desempeñó diferentes responsabilidades en el Instituto Nacional de Previsión perteneciente al Ministerio de Trabajo, en la Sociedad General Española de Librería y en la Empresa Alfaro. Se incorporó en 1984 al Grupo DIA ocupando el puesto de Director de Organización y Sistemas del Grupo DIA.

D. Miguel Ángel Iglesias Peinado

Nacido en España en el año 1965. Licenciado en Derecho por la Universidad Complutense. Master en Asesoría Jurídica por el Centro de Estudios Financieros. Master en Recursos Humanos por el Colegio de Psicólogos. Diplomado en Derecho del Trabajo por la Escuela de Práctica Jurídica. Se incorporó al Grupo DIA en 1990 y tras desempeñar diversas funciones en el área de Expansión de la Compañía asumió la responsabilidad de la Asesoría Jurídica y de las Relaciones Laborales en España en 1997. En la actualidad y desde julio del 2004 es Director Jurídico del Grupo DIA.

Naturaleza de toda relación familiar

No existe relación familiar alguna de las personas a las que se ha hecho referencia en este subepígrafe, ni entre éstas y los miembros del consejo de administración mencionados en el apartado 14.1 (a) (i) anterior, de acuerdo con la definición de "familiares próximos" prevista en la normativa aplicable sobre operaciones vinculadas (Orden EHA/3050/2004, de 15 de septiembre, sobre la información de las operaciones vinculadas que deben suministrar las sociedades emisoras de valores admitidos a negociación en mercados secundarios oficiales).

Nombre de todas las empresas y asociaciones de las que los altos directivos hayan sido, en cualquier momento de los cinco años anteriores, miembro de los órganos de administración, de gestión o de supervisión, o socio, indicando si esa persona sigue siéndolo

A continuación se detallan los cargos desempeñados por los altos directivos del Grupo DIA durante los últimos cinco años, con indicación de si el cargo se encuentra actualmente vigente:

Directivo	Sociedad	Actividad	Vigente	Cargo
D. Ricardo Currás de Don Pablos	Ver apartado 14.1.1 anterior			
D. Antonio Coto Gutiérrez	DIA Argentina S.A.	Distribución	Sí	Consejero
D. Javier La Calle Villalón	DIA Portugal Supermercados, Sociedade Unipessoal, LDA	Distribución	Sí	Consejero
	Diasa Dia Sabanci Supermarketleri Ticaret Anonim Sirketi	Distribución	Sí	Consejero
	DIA Tian Tian (Shanghai) Management Consulting Service & Co. Ltd.	Consultoría	Sí	Consejero
	Shanghai DIA Retail Co. Ltd.	Distribución	Sí	Consejero
	Beijing DIA Commercial Co. Ltd.	Distribución	Sí	Consejero
	DIA Hellas A.E.	Distribución	No	Consejero
D. Bruno Pertriaux	SAS ED	Distribución	Sí	Presidente
	SAS ED Franchise	Franquicia	Sí	Presidente
	SAS Immobilière Erteco	Inmobiliaria	Sí	Presidente
	Erteco SAS	Gestión Participaciones/ Consultoría	Sí	Presidente
	Bladis, S.A.	Distribución	Sí	Administrador
	Société Nouvelle de Magasins ED	Distribución	No	Presidente
D. Antonio Aranz Martín	Ver apartado 14.1.1 anterior			
D. Miguel Ángel Iglesias Peinado	Finandia, E.F.C., S.A.U.	Financiera	Sí	Consejero
	Twins Alimentación, S.A.U.	Distribución	Sí	Consejero

Por otro lado, se hace constar que, a la fecha de registro del presente Documento de Registro, ninguno de los altos directivos ha notificado a la Sociedad su titularidad sobre participaciones relevantes en el capital de entidades que tengan el mismo, análogo o complementario género de actividad del que constituye el objeto social tanto de la Sociedad como de su Grupo.

Cualquier condena en relación con delitos de fraude por lo menos en los cinco años anteriores; datos de cualquier quiebra, suspensión de pagos o liquidación con las que estuviera relacionada por lo menos durante los cinco años anteriores, detalles de cualquier incriminación pública oficial y/o sanciones por autoridades estatutarias o reguladoras (incluidos los organismos profesionales designados) y si esa persona ha sido descalificada alguna vez por un tribunal por su actuación como miembro de los órganos de administración de gestión o supervisión de un Emisor o por su actuación en la gestión de los asuntos de un Emisor durante por lo menos los cinco años anteriores

De acuerdo con la información suministrada a la Sociedad por parte de los altos directivos, se hace constar que ninguno de ellos:

- (a) ha sido condenado en relación con delitos de fraude en los cinco (5) años anteriores a la fecha de aprobación del presente Documento de Registro;
- (b) está relacionado con cualquier concurso o liquidación de una sociedad mercantil en la que actuara como miembro del consejo de administración o como alto directivo en los cinco (5) años anteriores a la fecha de aprobación del presente Documento de Registro; y
- (c) ha sido incriminado pública y oficialmente y/o sancionado por las autoridades estatutarias o reguladoras (incluidos los organismos profesionales designados) o descalificado por tribunal alguno por su actuación como miembro de los órganos de administración, gestión o supervisión de un Emisor o por su actuación en la gestión de los asuntos de un Emisor en los cinco (5) años anteriores a la fecha de aprobación del presente Documento de Registro.

14.2 Conflictos de intereses de los órganos de administración, de gestión y de supervisión, y altos directivos

Durante el período comprendido por la información financiera histórica y hasta la fecha de registro del presente Documento de Registro, y según la información proporcionada a la Sociedad, ni los miembros del consejo de administración (actuales y futuros) de la Sociedad ni los altos directivos que se mencionan en el apartado 14.1 anterior tienen conflicto de interés alguno entre sus deberes con la Sociedad y sus intereses privados o de cualquier tipo, ni realizan, a salvo de lo que se indica a continuación, actividades por cuenta propia o ajena del mismo, análogo o complementario género de actividad del que constituye el objeto social de la Sociedad según lo previsto en el artículo 229 de la Ley de Sociedades de Capital: el futuro consejero D. Antonio Urcelay Alonso es consejero de la entidad La Sirena Alimentación Congelada, S.L.U., una sociedad dedicada a la venta minorista de productos congelados; asimismo es representante persona física de Paurig, S.L., entidad de la que es propietario y que ostenta el cargo de miembro del comité asesor de Nutrexpa, S.L., un proveedor del Grupo DIA.

14.2.1 Definición de conflicto de interés

De conformidad con el artículo 27 del reglamento del consejo de administración, aprobado por el consejo de administración de la Sociedad el día 25 de marzo de

2011 y que entrará en vigor en el momento en que se produzca la admisión a cotización de las acciones de la Sociedad, se considerará que existe conflicto de interés en aquellas situaciones en las que entren en colisión, de forma directa o indirecta, el interés de DIA o de las sociedades del Grupo y el interés personal del consejero. Existe interés personal del consejero cuando el asunto le afecte a él o a una persona vinculada. A los efectos del reglamento, se considerarán personas vinculadas a los consejeros las que determina el vigente artículo 231 de la Ley de Sociedades de Capital.

14.2.2 **Obligaciones respecto a los conflictos de interés de conformidad con el reglamento del consejo de administración**

El artículo 27.3 y 4 del reglamento del consejo de administración establece que:

3. *Las situaciones de conflicto de interés se regirán por las siguientes reglas:*
 - (a) *El consejero procurará evitar las situaciones que puedan suponer un conflicto de interés entre la Sociedad y el consejero o sus personas vinculadas;*
 - (b) *En todo caso, el consejero deberá comunicar, cuando tuviese conocimiento de los mismos, la existencia de conflictos de interés al consejo de administración;*
 - (c) *En todo caso, el consejero deberá abstenerse de asistir e intervenir en las deliberaciones y votaciones que afecten a asuntos en los que se halle interesado personalmente; en este sentido, los votos de los consejeros afectados por el conflicto y que han de abstenerse se deducirán a efectos del cómputo de la mayoría de votos que sea necesaria; y*
 - (d) *En todo caso, las situaciones de conflicto de interés en que se encuentren los consejeros serán objeto de información en el informe anual de gobierno corporativo y en la memoria.*
4. *El consejero no podrá realizar directa o indirectamente transacciones profesionales o comerciales con la Sociedad, a no ser que informe anticipadamente de la situación de conflicto de interés y el consejo de administración apruebe la transacción, previo informe de la comisión de auditoría y cumplimiento.*

14.2.3 **Restricciones derivadas del reglamento interno de conducta en materia de mercado de valores**

El reglamento interno de conducta en materia de mercado de valores de la Sociedad ("**RIC**"), que ha sido aprobado por el consejo de administración de la Sociedad en fecha 25 de marzo de 2011 y que entrará en vigor en el momento en que se produzca la admisión a cotización de sus acciones, establece algunas restricciones a las operaciones que puedan realizar los administradores o altos directivos de la Sociedad con valores de ésta. Más información sobre el RIC puede encontrarse en el apartado 21.2.2 del presente Documento de Registro.

Las Personas Afectadas deberán declarar las Operaciones sobre Valores Afectados (tal y como se definen en el RIC) realizadas formulando una comunicación dirigida al director de cumplimiento normativo (tal y como este término se define en el RIC) por cualquier medio que permita su recepción.

Las Personas Afectadas que dispongan de cualquier clase de información privilegiada (según ésta se define en el RIC) deberán abstenerse de ejecutar por cuenta propia o ajena, directa o indirectamente, las siguientes conductas:

- (a) preparar o realizar cualquier tipo de operación sobre los valores negociables o sobre instrumentos financieros a los que la información se refiera, o sobre cualquier otro valor, instrumento financiero o contrato de cualquier tipo, negociado o no en un mercado secundario, que tenga como subyacente a los valores negociables o instrumentos financieros a los que la información se refiera;

Se exceptúa de este supuesto (i) la preparación y realización de las operaciones cuya existencia constituye, en sí misma, la información privilegiada, así como (ii) las operaciones que se realicen en cumplimiento de una obligación, ya vencida, de adquirir o ceder valores negociables o instrumentos financieros, cuando esta obligación esté contemplada en un acuerdo celebrado antes de que la persona de que se trate esté en posesión de la información privilegiada, y (iii) otras operaciones efectuadas de conformidad con la normativa aplicable;

- (b) comunicar dicha información a terceros, salvo en el ejercicio normal de su trabajo, profesión o cargo;
- (c) recomendar a un tercero que adquiriera o ceda valores negociables o instrumentos financieros o que haga que otro los adquiriera o ceda basándose en dicha información.

A estos efectos, se entiende por:

"Personas Afectadas":

- (i) los administradores, así como al secretario, vicesecretario y letrado asesor del consejo de administración de la Sociedad en caso de que hayan sido nombrados y los órganos de administración de las sociedades del Grupo;
- (ii) los altos directivos, a los efectos del apartado 4 del Artículo 7 del RIC;
- (iii) los asesores externos;
- (iv) cualquier otra persona que pudiera tener acceso a información privilegiada en el ámbito de la Sociedad y su Grupo; y a
- (v) cualquier otra persona o grupo de personas que queden incluidas en el ámbito de aplicación del RIC por decisión del consejo de administración de la Sociedad o de la Unidad de Cumplimiento Normativo, a la vista de las circunstancias que concurran en cada caso.

"Operaciones": todas las operaciones o contratos en cuya virtud se adquieran o transmitan al contado, a plazo o a futuro, Valores Afectados, o cualesquiera derechos asociados a éstos, o por las que se constituyan derechos de suscripción, adquisición o de transmisión (incluidas opciones de compra y venta) de dichos Valores Afectados, sea de manera transitoria o definitiva, a título limitado o pleno.

"Valores Afectados": (i) valores mobiliarios emitidos por la Sociedad y/o las entidades de su Grupo, admitidos a negociación en un mercado secundario; (ii) instrumentos financieros y contratos de cualquier tipo que otorguen el derecho a la suscripción, adquisición o transmisión de los valores anteriores; (iii) instrumentos financieros y contratos, incluidos los no negociados en mercados secundarios, cuyo subyacente sean valores, instrumentos o contratos de los señalados anteriormente.

14.2.4 Cualquier acuerdo o entendimiento con accionistas importantes, clientes, proveedores u otros, en virtud de los cuales cualquier persona mencionada en el apartado 14.1 hubiera sido designada miembro de los órganos de administración, de gestión o de supervisión, o alto directivo

La totalidad de los Consejeros señalados en el apartado 14.1.1 han sido nombrados a propuesta de Carrefour Société Anonyme. De los consejeros futuros, dos de ellos, D. Nadra Moussalem y D. Nicolas Brunel, han sido propuestos por el accionista Blue Capital S.à.r.l.

14.2.5 Detalles de cualquier restricción acordada por las personas mencionadas en el apartado 14.1 sobre la disposición durante un determinado período de tiempo de su participación en los valores del Emisor

La Sociedad no tiene constancia de ninguna restricción acordada por las personas mencionadas en el apartado 14.1 sobre la disposición en un determinado periodo de tiempo de su participación en la Sociedad.

No obstante lo anterior y tal y como se menciona en el apartado 18 siguiente, Blue Capital S.à.r.l. Colony Blue Investor S.à.r.l. (accionistas de Carrefour Société Anonyme a la fecha del presente Documento de Registro) y Groupe Arnault SAS (titular de opciones sobre acciones y accionista indirecto de Carrefour Société Anonyme a la fecha del presente Documento de Registro) han asumido la obligación de mantener su participación en el accionariado de DIA durante el plazo de un año a contar desde la fecha de admisión a cotización de las acciones de la Sociedad en las Bolsas de Valores españolas.

15. REMUNERACIÓN Y BENEFICIOS

15.1 Importe de la remuneración pagada (incluidos los honorarios contingentes o atrasados) y prestaciones en especie concedidas a esas personas por el Emisor y sus filiales por servicios de todo tipo prestados por cualquier persona al Emisor y sus filiales

15.1.1 Remuneraciones pagadas a los miembros del consejo de administración de la Sociedad

El cuadro que se incluye a continuación muestra las retribuciones que se han devengado en relación con los miembros del consejo de administración de la Sociedad que ejercían su cargo a 31 de diciembre de 2010 durante el ejercicio terminado en dicha fecha:

Concepto	Importe (euros)
Retribución fija	912.124
Retribución variable	352.411
Retribución en especie (seguros de vida, vehículos de empresa, tickets restaurante)	5.311
TOTAL	1.269.846

Las remuneraciones devengadas por los miembros del consejo de administración de la Sociedad que han abandonado su cargo durante el ejercicio terminado a 31 de diciembre de 2010 han ascendido a 3.298 miles de euros en retribución fija, 329 miles de euros en retribución variable y 1 miles de euros en retribución en especie.

Adicionalmente, se ha devengado un total de 994.493 euros en concepto de gastos por planes de opciones sobre acciones y de acciones gratuitas de Carrefour Société Anonyme respecto de los consejeros que ejercieron su cargo durante el ejercicio terminado a 31 de diciembre de 2010.

Los consejeros de la Sociedad no percibieron durante el ejercicio 2010 ningún tipo de remuneración en el ejercicio de sus funciones como consejeros, correspondiendo las retribuciones anteriores a los consejeros que desempeñan funciones ejecutivas en la Sociedad.

Toda la remuneración percibida por los miembros del consejo de administración de la Sociedad proviene de la misma. Los miembros del consejo de administración de la Sociedad no perciben ninguna retribución adicional de otras sociedades del Grupo DIA ni del grupo Carrefour.

A la fecha del Documento de Registro, no existen anticipos ni obligaciones pendientes (créditos, garantías, etc.) con consejeros actuales ni pasados.

Una vez que se produzca la admisión a cotización de las acciones de la Sociedad y entren en vigor los nuevos estatutos sociales, y de conformidad con éstos, la retribución de los consejeros consistirá en una asignación mensual fija y en dietas de asistencia a las reuniones del consejo de administración y de sus comisiones. El importe máximo de las retribuciones que pueda satisfacer la Sociedad a sus consejeros por tales conceptos será el que a tal efecto determine la junta general de accionistas, que se mantendrá en vigor hasta tanto no se acuerde su modificación. Asimismo, los nuevos estatutos sociales establecen que los consejeros ejecutivos podrán ser retribuidos con la entrega de acciones de la Sociedad o de otra compañía del grupo al que pertenezca, de opciones sobre las mismas o de instrumentos referenciados a su cotización, mientras que los restantes consejeros pueden ser retribuidos mediante la entrega de acciones siempre que las mantengan hasta su cese como consejeros. En este sentido, cuando se refiera a acciones de la Sociedad o a instrumentos referenciados a la cotización de las mismas, esta retribución deberá ser acordada por la junta general de accionistas. El acuerdo expresará, en su caso, el número de acciones a entregar, el precio de ejercicio de los derechos de opción, el valor de las acciones que se tome como referencia y el plazo de duración de esta forma de retribución.

En este sentido, el accionista único de la Sociedad decidió el pasado 9 de mayo de 2011 fijar como importe máximo de la retribución a percibir por el conjunto de los nuevos consejeros la cantidad de 1.000.000 euros brutos por ejercicio. Igualmente, y sin perjuicio de las competencias que a este respecto corresponden al consejo de administración que se constituirá tras la admisión a cotización de las acciones de la Sociedad, el accionista único acordó proponer a éste la siguiente distribución de la retribución, de forma bruta y con carácter anual, entre los distintos tipos de consejeros:

- Consejero: 75.000 euros.
- Presidente del consejo de administración: 150.000 euros.
- Presidente de la comisión de auditoría y cumplimiento: 30.000 euros adicionales.
- Miembro de la comisión de auditoría y cumplimiento: 20.000 euros adicionales.
- Presidente de la comisión de nombramientos y retribuciones: 20.000 euros adicionales.
- Miembro de la comisión de nombramientos y retribuciones: 15.000 euros adicionales.

De la misma forma, el accionista único acordó que el primer ejercicio la citada retribución sea satisfecha mediante la entrega de acciones, a cuyos efectos tomó las oportunas decisiones para la aplicación de este sistema de remuneración y para autorizar la adquisición por la Sociedad de acciones propias. En todo caso, está previsto que la comisión de nombramientos y retribuciones, una vez se constituya tras la admisión a cotización de las acciones de la Sociedad, tome en consideración el sistema y la propuesta de distribución de la retribución anual de los consejeros que se detalla más arriba, adoptando las decisiones que le correspondan de

conformidad con las competencias que le atribuyen los estatutos sociales, en particular, proponiendo al consejo de administración el sistema y la cuantía de retribución de los distintos tipos de consejeros que estime oportuno

Igualmente, el consejo de administración que se constituya tras la admisión a cotización de las acciones de la Sociedad será el encargado de gestionar, en su caso, la adquisición y asignación de las correspondientes acciones a cada uno de los consejeros.

Estas remuneraciones no incluyen las dietas de asistencia a los consejos que en su caso puedan acordarse por el consejo de administración.

15.1.2 Remuneraciones pagadas a los altos directivos de la Sociedad

A continuación se incluye un cuadro que detalla las retribuciones y prestaciones que han percibido los altos directivos del Grupo DIA que se relacionan en el apartado 14.1.4 anterior, durante el ejercicio terminado a 31 de diciembre de 2010, a excepción de D. Bruno Pertriaux que no recibe retribución por parte del Emisor sino de Erteco SAS (sociedad perteneciente al grupo Carrefour hasta el día 2 de mayo de 2011):

Concepto	Importe (€)
Retribución fija	2.152.130
Retribución variable	830.113
Retribución en especie	20.561
TOTAL	3.002.804

Adicionalmente, se ha devengado un total de 2.049.287 euros en concepto de gastos por planes de opciones sobre acciones y de acciones gratuitas de Carrefour Société Anonyme respecto de los altos directivos mencionados en el apartado 14.1.4 anterior durante el ejercicio terminado a 31 de diciembre de 2010.

15.2 Importes totales ahorrados o acumulados por el Emisor o sus filiales para prestaciones de pensión, jubilación o similares

El Grupo DIA cuenta con los siguientes planes de prestación definida y programas de participación en beneficios:

15.2.1 Planes de prestación definida

El Grupo realizó aportaciones a varios planes de prestación definida, como premios por permanencia y antigüedad adquiridos con los empleados, por importe de 765 miles de euros en el ejercicio 2010 (2009: 646 miles de euros, 2008: 557 miles de euros); de los cuales se han externalizado 264 miles de euros en el ejercicio 2010 (2009: 264 miles de euros, 2008: 225 miles de euros), tal y como establece la legislación española.

De estas cantidades y para el ejercicio 2010, la dotación interna a compromisos de permanencia de directivos ha ascendido a 7.761,74 euros, de los que 3.232,67 euros han correspondido a los consejeros.

Los movimientos producidos en el estado de situación financiera a nivel del Grupo DIA han sido los siguientes:

Miles de euros	Importe
Provisión a 1 de enero de 2008	5.525
Impacto en resultados	(338)
Diferencias de conversión	(116)
Otros	(226)
Provisión a 31 de diciembre de 2008	4.845
Impacto en resultados	1.680
Diferencias de conversión	(2)
Otros	27
Salida del perímetro	(1004)
Provisión a 31 de diciembre de 2009	5.546
Impacto en resultados	(653)
Diferencias de conversión	10
Otros	-
Provisión a 31 de diciembre de 2010	4.903

15.2.2 Seguros de vida

A continuación se detallan las aportaciones realizadas por parte del Grupo DIA a seguros de vida y salud tanto para consejeros como para la totalidad de los directivos (incluidos consejeros), durante el ejercicio finalizado el 31 de diciembre de 2010 y en euros.

	Seguros de vida	Seguros de salud	Total
Consejeros (*)	2.148,01	1.791,91	3.939,92
Directivos (incluido consejeros) (*)	5.384,40	5.499,31	10.883,71

(*) Cifras en euros

15.2.3 Participaciones en beneficios

Actualmente, los directivos (término que englobaría a estos efectos a los miembros del consejo de administración, a los altos directivos y a otro personal directivo, esto es, a aproximadamente 200 personas) del Grupo DIA participan en planes de atribución de acciones gratuitas de Carrefour Société Anonyme, que están condicionados a la presencia efectiva de los directivos beneficiarios al término del periodo de adquisición correspondiente y a la consecución de determinados objetivos.

Asimismo, los directivos del Grupo DIA participan en planes de opciones sobre acciones de Carrefour Société Anonyme, que únicamente están condicionados a la presencia efectiva de los directivos beneficiarios al término del periodo de adquisición correspondiente.

Los planes otorgados desde los ejercicios 2006 a 2010 corresponden a opciones de suscripción o compra de acciones de Carrefour Société Anonyme reservadas a directivos sin condición especial de adquisición, salvo la presencia efectiva del directivo al final del período de adquisición de los derechos. El gasto reconocido en cada ejercicio corresponde al importe devengado del valor razonable de las opciones concedidas, determinados de acuerdo con el modelo de valoración Black Scholes en la fecha en la que fueron otorgadas y garantizadas.

Los planes de atribución de acciones gratuitas de Carrefour Société Anonyme otorgados en 2008, 2009 y 2010 están condicionados en parte a la presencia efectiva de los directivos beneficiarios al término del período de adquisición de los derechos y en otra parte a la consecución de unos objetivos. Estos planes, que se devengan durante el período de consolidación del derecho, han generado gastos en el ejercicio 2010 por importes de 5.005 miles de euros (2009: 6778 miles de euros, 2008: 7.170 miles de euros). Adicionalmente, en los ejercicios 2009 y 2010 se han revertido contra reservas un importe de 2.334 miles de euros y 95 miles de euros, respectivamente, correspondientes a los planes ya vencidos al 31 de diciembre de 2009 y 2010.

El importe reconocido en patrimonio neto como aportación de los socios por los derechos de pagos basados en acciones de Carrefour Société Anonyme a 31 de diciembre de 2010 asciende a 16.524 miles de euros (2009: 11.614 miles de euros, 2008: 7.170 miles de euros).

A continuación se detallan las principales características tanto de los planes de atribución de acciones gratuitas como de los planes de opciones de Carrefour Société Anonyme.

OPCIÓN DE COMPRA DE ACCIONES					
PLANES POR AÑO	2006	2007	2008	2009	2010
Fecha de asignación (1)	25/04/2006	15/05/2007	06/06/2008	17/06/2009	16/07/2010
Condiciones específicas (2)					
el 50%	25/04/2008	15/05/2009	06/06/2010	17/06/2011	16/07/2012
el 75%	25/04/2009	15/05/2010	06/06/2011	17/06/2012	16/07/2013
el 100%	25/04/2010	15/05/2011	06/06/2012	17/06/2013	16/07/2014
Fecha fin del plan (3)	25/04/2013	15/05/2014	06/06/2015	17/06/2016	16/07/2017

OPCIÓN DE COMPRA DE ACCIONES					
Cálculo del valor razonable de la opción					
precio ejercitable en euros	43,91	56,4	45,26	33,7	34,11
precio de referencia en euros	44,82	52,23	32,8	31,54	35,26
volatilidad esperada (%)	24,70%	25,54%	32,25%	43,35%	22,85%
rendimiento de los dividendos (%)	14,87%	12,96%	2,25%	(34,95%)	3,30%
tipo de interés libre de riesgo (%)	4,07%	4,50%	4,80%	3,30%	2,04%
Valor razonable de la opción en euros (4)	12,77	10,92	7,31	12,67	5,96
Número de opciones al 31/12/2009	498.400	395.500	454.700	678.075	-
altas					268.100
bajas	111.900	100.150	114.800	138.800	
Opciones ejercitables al 31/12/2010	386.500	295.350	339.900	539.275	268.100

(1) Fecha del Consejo de Administración (anterior al 28 de julio de 2008) o de la reunión de la Dirección (después de esa fecha) cuando fue tomada la decisión de ampliar los planes.

(2) El vencimiento de las opciones de compra de las acciones está sujeto a las condiciones establecidas desde el año 2006 y son las siguientes:

- el 50% de las opciones podrán ser adquiridas antes de dos años.
- el 25% de las opciones podrán ser adquiridas antes de tres años.
- el 25% de las opciones podrán ser adquiridas antes de cuatro años.

(3) Última fecha para el ejercicio de la opción de compra.

(4) El valor razonable de la opción se calcula utilizando el modelo Black & Scholes.

ACCIONES GRATUITAS						
PLANES POR AÑO	2008	2008	2009	2009	2010	2010
Fecha de asignación (1)	16/07/2008	16/07/2008	17/06/2009	17/06/2009	16/07/2010	16/07/2010
Fecha de traspaso (2)	16/07/2011	16/07/2010	17/06/2012	17/06/2011	16/07/2012	16/07/2013
Fecha de ejecución (3)	16/07/2013	16/07/2012	17/06/2014	17/06/2013	16/07/2014	16/07/2015
Condiciones específicas						
de presencia (4)	Si	Si	Si	Si	Si	Si
de objetivos (5)	No	Si	No	Si	Si	No
Valor razonable de la acción						
precio en euros	33,8	33,8	31,54	31,54	34,59	34,59
Número de acciones a 31/12/2009	12.500	56.000	12.000	48.000	-	-
altas	-	-	-	-	30.100	46.855
bajas	3.000	6.000	3.400	13.600	-	-
Número de acciones a 31/12/2010	9.500	50.000	8.600	34.400	30.100	46.855

(1) Fecha del consejo de administración (anterior al 28 de julio de 2008) o de la reunión de la Dirección (después de esa fecha) cuando fue tomada la decisión de ampliar los planes.

(2) La fecha de traspaso es la fecha en la que se cumple la condición y las acciones pasan a integrar el patrimonio del beneficiario.

(3) La fecha de ejecución es la fecha a partir de la que el beneficiario podrá ceder sus acciones.

(4) La adquisición de las acciones está condicionada a la permanencia de los empleados en el Grupo, generalmente por periodos de dos a tres años.

(5) Otra condición para la compra de acciones está ligada a la realización de los objetivos marcados por Carrefour.

En relación con los planes de acciones gratuitas y de opciones de compra de acciones de la sociedad Carrefour Société Anonyme desarrollados anteriormente, el Consejo de Administración de esta última sociedad, celebrado el 12 de abril de 2011, adoptó la decisión de mantener los citados planes para los beneficiarios pertenecientes al Grupo DIA, con los siguientes efectos de producirse la separación:

- (i) Considerar cumplida la condición específica de presencia aplicable en ambos tipos de planes; y
- (ii) Mantener la condición exigida para los planes con condición específica de objetivos, por lo que deberán alcanzarse los objetivos marcados por Carrefour Société Anonyme.

Estos planes se irán registrando en los estados financieros del Grupo DIA de acuerdo con su devengo.

A continuación se detalla el número de opciones sobre acciones y de acciones gratuitas asignadas a 31 de diciembre de 2010, así como el gasto devengado por las mismas.

OPCIÓN DE COMPRA DE ACCIONES						
PLANES POR AÑO	2006	2007	2008	2009	2010	TOTAL
Número de opciones ejercitables al 31/12/2010	386.500	295.350	339.900	539.275	268.100	1.829.125
- Personal consejeros	49.800	51.500	58.000	73.000	64.600	296.900
- Personal alta dirección	112.400	117.800	130.300	147.950	134.000	642.450
Gasto devengado en euros en 2010 por títulos atribuidos						
- Personal consejeros	0	58.581	114.775	366.093	77.003	616.452
- Personal alta dirección	0	133.998	257.847	741.964	159.728	1.293.537

ACCIONES GRATUITAS							
PLANES POR AÑO	2008	2008	2009	2009	2010	2010	TOTAL
Número de acciones a 31/12/2010	9.500	50.000	8.600	34.400	30.100	46.855	179.455
- Personal consejeros	0	14.000	4.000	16.000	12.600	6.600	53.200
- Personal alta dirección	0	26.000	7.600	30.400	26.600	15.050	105.650
Gasto devengado en euros en 2010 por títulos atribuidos							
- Personal consejeros	0	0	10.448	220.585	108.959	38.049	378.041
- Personal alta dirección	0	0	19.852	419.112	230.024	86.763	755.751

A efectos aclaratorios, se hace constar que el capital social de Carrefour Société Anonyme asciende a 1.698.340.000 euros y está dividido en 679.336.000 acciones de 2,5 euros de valor nominal cada una de ellas.

Planes de incentivos futuros

Una vez que se produzca la admisión a negociación de las acciones de DIA, está previsto, bajo reserva de las autorizaciones necesarias de la junta general de accionistas y del consejo de administración, asociar a los altos directivos, consejeros y otro personal directivo de DIA (en una cantidad aproximada de 200 beneficiarios) a la creación de valor de la Sociedad y a sus resultados a medio y largo plazo, a través de una política de retribución incitativa, alineando sus intereses con el de los accionistas.

Dicha política se concretaría en planes de incentivos a largo plazo mediante la participación en los beneficios, con distribución de acciones de DIA, combinando atribución de opciones de compra de acciones y de acciones gratuitas de la Sociedad.

Los niveles de atribución individual y la combinación entre los diferentes tipos de instrumentos dependerían de los niveles de responsabilidad de los beneficiarios y las prácticas del mercado. Para los principales directivos y consejeros ejecutivos se otorgarían planes que combinarían opciones de compra de acciones y acciones gratuitas de DIA; para el resto de directivos se otorgarían acciones gratuitas de la Sociedad.

Los planes de opciones de compra y de acciones gratuitas de DIA para directivos estarían sometidos a condición de presencia, mientras que los altos directivos y consejeros contarían además con planes específicos de acciones gratuitas ligados, en proporciones a determinar, a los resultados del negocio.

16. PRÁCTICAS DE GESTIÓN

16.1 Fecha de expiración del actual mandato, en su caso, y período durante el cual la persona ha desempeñado servicios en ese cargo

Los actuales consejeros de la Sociedad han desempeñado el cargo en los períodos que se detallan a continuación:

Consejero	Fecha de primer nombramiento	Fecha de nombramiento mandato actual	Fecha de terminación de mandato actual (1)
D. Ricardo Currás de Don Pablos	28/06/2000	24/06/2010	24/06/2015
Carrefour Société Anonyme	03/02/2009	03/02/2009	3/02/2014
D. Vincent Abello	27/01/2011	27/01/2011	27/01/2016
Norfin Holder, S.L.	27/06/2005	24/06/2010	24/06/2015
D. Diego Cavestany de Dalmases	01/08/2010	01/08/2010	01/08/2015
D. Antonio Aranz Martín	01/08/2010	01/08/2010	01/08/2015

(1) Los actuales consejeros, salvo D. Ricardo Currás de Don Pablos, han presentado su dimisión, condicionada a la efectiva admisión a cotización de las acciones de la Sociedad y, por extensión, a la efectividad del nombramiento de los nuevos consejeros

De conformidad con el artículo 34 de los nuevos estatutos sociales de la Sociedad, los consejeros ejercerán su cargo durante seis (6) años, pudiendo ser reelegidos una o más veces por períodos de igual duración salvo por lo que respecta a los consejeros independientes, que únicamente podrán desempeñar el cargo durante un máximo de dos mandatos.

En relación con los futuros consejeros que está previsto formen parte del consejo de administración de la Sociedad tras la admisión a negociación de las acciones de la Sociedad, van a desempeñar el cargo en los períodos que se detallan a continuación:

Consejero	Fecha de primer nombramiento	Fecha de nombramiento mandato actual	Fecha de terminación de mandato actual
D ^a Ana María Llopis	09/05/2011	09/05/2011	6 años desde admisión a cotización

Consejero	Fecha de primer nombramiento	Fecha de nombramiento mandato actual	Fecha de terminación de mandato actual
D. Ricardo Currás de Don Pablos	28/06/2000	24/06/2010	24/06/2015
D. Julián Díaz	09/05/2011	09/05/2011	6 años desde admisión a cotización
D. Richard Golding	09/05/2011	09/05/2011	6 años desde admisión a cotización
D. Mariano Martín	09/05/2011	09/05/2011	6 años desde admisión a cotización
D. Pierre Cuilleret	09/05/2011	09/05/2011	6 años desde admisión a cotización
D ^a Rosalía Portela	09/05/2011	09/05/2011	6 años desde admisión a cotización
D. Antonio Urcelay Alonso	09/05/2011	09/05/2011	6 años desde admisión a cotización
D. Nadra Moussalem	09/05/2011	09/05/2011	6 años desde admisión a cotización
D. Nicolas Brunel	09/05/2011	09/05/2011	6 años desde admisión a cotización

Tras la admisión a cotización y la constitución de la comisión de nombramientos y retribuciones, el nombramiento de los futuros consejeros independientes será sometido a la ratificación de la mencionada comisión, absteniéndose aquellos consejeros independientes que formen parte de esta comisión cuando la ratificación de su nombramiento sea sometida a votación.

16.2 Información sobre los contratos de miembros de los órganos de administración, de gestión o de supervisión con el Emisor o cualquiera de sus filiales que prevean beneficios a la terminación de sus funciones, o la correspondiente declaración negativa

De los miembros de la alta dirección del Emisor, solamente tres de ellos tienen reconocidos los siguientes beneficios a la terminación de sus funciones:

- (i) uno de ellos goza de un derecho a recibir una indemnización en caso de que la Sociedad decida extinguir su contrato y relación laboral y cualquier otra relación contractual, por cualquier razón que no sea despido disciplinario procedente, equivalente a cuarenta y cinco días de salario por año de servicio (por el período comprendido entre el 24 de noviembre de 1986 y el 30 de abril de 2009), más ocho días de salario

por año de servicio, con el límite de su último salario bruto anual (por el período comenzado el 1 de mayo de 2009 en adelante) (a efectos aclaratorios, se entenderá por salario el salario bruto anual, con exclusión del salario en especie, las ganancias de capital o los ingresos obtenidos en virtud de la obtención o ejercicio de opciones sobre acciones o acciones gratuitas o en virtud de otros beneficios similares). Esta indemnización, que es la única del presente apartado 16.2 que se tiene previsto que subsista, es diferente de aquellos pagos por resolución que pudieran corresponder a los consejeros en su condición de tales, a los que se refiere el subapartado 21.2.2 siguiente, y que, conforme a lo establecido en el artículo 32.7 del reglamento del consejo de administración (que entrará en vigor en el momento de admisión a cotización de las acciones de la Sociedad), no podrán superar un importe establecido equivalente a dos años de la remuneración fija anual ; y

- (ii) los dos restantes gozan de un derecho a recibir una indemnización en caso de que la Sociedad decida extinguir su relación laboral, por cualquier razón que no sea despido disciplinario procedente, así como cuando se extinga por cualquiera de las causas establecidas en el artículo 50 del Estatuto de los Trabajadores, equivalente a cuarenta y cinco días laborables de salario bruto anual por año de servicio (entendiendo éste como la totalidad de las prestaciones económicas derivadas de la prestación de sus servicios a la Sociedad en el año natural en el que se produzca la extinción de la relación laboral, con la única exclusión de las remuneraciones en especie, la concesión de acciones gratuitas y de opciones de compra sobre acciones y de partidas extrasalariales). Estas dos personas dejarán de tener derecho a percibir la indemnización que se describe en este subapartado cuando dejen de formar parte del consejo de administración, circunstancia que está previsto que tenga lugar con la admisión a cotización de las acciones de la Sociedad.

Al margen de lo anterior, no existen contratos con los miembros de los órganos de administración, de gestión o de supervisión ni con la alta dirección de la Sociedad o de cualquiera de sus filiales en los que se prevean beneficios para las citadas personas como consecuencia de la terminación de sus cargos o funciones.

16.3 Información sobre la comisión de auditoría y la comisión de retribuciones del Emisor, incluidos los nombres de los miembros de la comisión y un resumen de su reglamento interno

A continuación se incluye una descripción de las principales características de las comisiones del consejo de administración de la Sociedad, conforme a la regulación establecida en los estatutos sociales y en el reglamento del consejo de administración, que entrarán en vigor en el momento en que se produzca la admisión a cotización de las acciones de la Sociedad.

16.3.1 Comisión de auditoría y cumplimiento

La comisión de auditoría y cumplimiento está contemplada tanto en el artículo 41 de los nuevos estatutos sociales como en el artículo 37 del reglamento del consejo de administración, que entrarán en vigor en el momento en que se produzca la

admisión a cotización de las acciones de la Sociedad. Su regulación es la que se describe a continuación.

(a) Funciones

De conformidad con el reglamento del consejo de administración, y sin perjuicio de las competencias específicas que le puede asignar el consejo de administración, la comisión de auditoría y cumplimiento, tendrá las siguientes competencias:

- (i) informar en la junta general de accionistas sobre las cuestiones que en ella planteen los accionistas en materia de su competencia;
- (ii) supervisar y revisar el proceso de elaboración y presentación de la información financiera regulada que, de conformidad con el artículo 35 de la Ley del Mercado de Valores, deba el consejo suministrar a los mercados y a sus órganos de supervisión, y en general, vigilar el cumplimiento de los requisitos legales en esta materia, la adecuada delimitación del perímetro de consolidación y la correcta aplicación de los principios de contabilidad generalmente aceptados, así como informar las propuestas de modificación de principios y criterios contables sugeridos por la dirección;
- (iii) supervisar y revisar periódicamente la eficacia de los procedimientos de control interno de la Sociedad, de auditoría interna y de los sistemas de gestión de riesgos, comprobando la adecuación e integridad de los mismos y proponer la selección, designación y sustitución de sus responsables; proponer el presupuesto de dichos servicios y verificar que los miembros del equipo directivo tienen en cuenta las conclusiones y recomendaciones de sus informes; así como discutir con los auditores de cuentas de la Sociedad las debilidades significativas del sistema de control interno que puedan detectar en el desarrollo de la auditoría;
- (iv) proponer al consejo de administración, para su sometimiento a la junta general de accionistas, el nombramiento de los auditores de cuentas externos, así como sus condiciones de contratación, el alcance de su mandato profesional y, en su caso, su revocación o no renovación;
- (v) establecer las oportunas relaciones con los auditores de cuentas o sociedades de auditoría para recibir información sobre aquellas cuestiones que puedan poner en riesgo la independencia de éstos, para su examen por la comisión, y cualesquiera otras relacionadas con el proceso de desarrollo de la auditoría de cuentas, así como aquellas otras comunicaciones previstas en la legislación de auditoría de cuentas y en las normas de auditoría.

En todo caso, deberán recibir anualmente de los auditores de cuentas o sociedades de auditoría la confirmación escrita de su independencia frente a la entidad o entidades vinculadas a ésta directa o indirectamente, así como la información de los servicios adicionales de cualquier clase prestados a estas entidades por los citados auditores o sociedades, o por las personas o entidades vinculados a éstos, de acuerdo con lo dispuesto en la Ley de auditoría de cuentas.

- (vi) emitir anualmente, con carácter previo a la emisión del informe de auditoría de cuentas, un informe en el que se expresará una opinión sobre la independencia de los auditores de cuentas o sociedades de auditoría. Este informe deberá pronunciarse, en todo caso, sobre la prestación de servicios adicionales a los de auditoría, asegurándose de que se respetan las normas vigentes sobre éstos, los límites a la concentración del negocio del auditor y, en general, las demás normas establecidas para asegurar la independencia de los auditores;
 - (vii) servir de canal de comunicación entre el consejo de administración y los auditores, evaluar los resultados de cada auditoría y las respuestas del equipo de gestión a sus recomendaciones y mediar en los casos de discrepancias entre aquéllos y éste en relación con los principios y criterios aplicables en la preparación de los estados financieros, así como examinar las circunstancias que, en su caso, hubieran motivado la renuncia del auditor;
 - (viii) supervisar el cumplimiento de la normativa respecto a las operaciones vinculadas con consejeros o accionistas significativos o representados en el consejo; en particular, informará a éste sobre dichas operaciones vinculadas y, en general, sobre las transacciones que impliquen o puedan implicar conflictos de interés a efectos de su aprobación y velará por que se comunique al mercado la información sobre las mismas;
 - (ix) supervisar el cumplimiento de los códigos internos de conducta y, en particular, del código de conducta en materia de mercado de valores;
 - (x) establecer un mecanismo interno que permita a los empleados comunicar, de forma confidencial y, si se considera apropiado, anónima las irregularidades de potencial trascendencia, especialmente financiera y contables, que adviertan en el seno de la Sociedad;
 - (xi) elaborar y mantener actualizada una declaración de valores éticos relativa a la fiabilidad de la información financiera y al cumplimiento de la normativa aplicable, que será aprobada por el consejo de administración y comunicada a todos los niveles de organización;
 - (xii) establecer procedimientos para vigilar que se respeten los principios de integridad y ética profesional, así como medidas para identificar y corregir las desviaciones de esos valores dentro de la organización;
 - (xiii) cualesquiera otras que le sean atribuidas en virtud de la Ley y demás normativa aplicable a la Sociedad.
- (b) Composición

El consejo de administración constituirá con carácter permanente, una comisión de auditoría y cumplimiento, que se compondrá de un mínimo de tres (3) consejeros y un máximo de cinco (5), que serán designados por el propio consejo de administración de entre sus consejeros externos. En este sentido, al menos uno de los miembros de la comisión de auditoría y cumplimiento será independiente y será designado teniendo en cuenta sus conocimientos y experiencia en materia de contabilidad, auditoría o en ambas.

El presidente deberá ser sustituido cada cuatro años, pudiendo ser reelegido una vez transcurrido un plazo de un año desde su cese.

Está previsto que la comisión de auditoría y cumplimiento, tras la admisión a cotización de las acciones de la Sociedad esté formada por D. Richard Golding, D. Nadra Moussalem y D. Julián Díaz, siendo este último su presidente.

(c) **Reglas de funcionamiento**

La comisión de auditoría y cumplimiento será convocada por el presidente de la comisión, bien a iniciativa propia, o bien a requerimiento del presidente del consejo de administración o de dos (2) miembros de la propia comisión. La convocatoria se cursará por carta, telegrama, telefax, correo electrónico, o cualquier otro medio que permita tener constancia de su recepción.

En todo caso, la comisión de auditoría y cumplimiento se convocará y reunirá, como mínimo, con una periodicidad trimestral, a fin de revisar la información financiera periódica que, de conformidad con los apartados 1 y 2 del artículo 35 de la Ley del Mercado de Valores, el consejo haya de remitir a las autoridades supervisoras de los mercados, así como la información que el consejo de administración haya de aprobar e incluir dentro de su documentación pública anual.

La comisión de auditoría y cumplimiento quedará válidamente constituida cuando concurran, presentes o representados, la mayoría de sus miembros. Los acuerdos se adoptarán por mayoría de sus miembros concurrentes, presentes o representados.

16.3.2 **Comisión de nombramientos y retribuciones**

La comisión de nombramientos y retribuciones está contemplada tanto en el artículo 42 de los estatutos sociales como en el artículo 38 del reglamento del consejo de administración, que entrarán en vigor en el momento en que se produzca la admisión a cotización de las acciones de la Sociedad, y su regulación es la que se describe a continuación:

(a) **Funciones**

De conformidad con el reglamento del consejo de administración, y sin perjuicio de las competencias específicas que le puede asignar el consejo de administración, la comisión de nombramiento y retribuciones tendrá las siguientes competencias:

- (i) evaluar las competencias, conocimientos, experiencia y nivel de dedicación que deben concurrir en los miembros del consejo de administración;
- (ii) elevar al consejo de administración las propuestas de nombramiento de consejeros independientes para su designación por cooptación o, en su caso, para su sometimiento a la decisión de la junta general, así como las propuestas para la reelección o cese de dichos consejeros por la Sociedad;

- (iii) informar las propuestas del consejo de administración para el nombramiento de los restantes consejeros para su designación por cooptación o, en su caso, para su sometimiento a la decisión de la junta general de accionistas, así como las propuestas para la reelección o cese de dichos consejeros por la junta general;
 - (iv) informar sobre los nombramientos y ceses de altos directivos que el primer ejecutivo de la Sociedad proponga al consejo;
 - (v) informar al consejo sobre las cuestiones de diversidad de género y, en particular, velar para que los procedimientos de selección de consejeros y altos directivos no adolezcan de sesgos implícitos que obstaculicen la selección de mujeres;
 - (vi) proponer al consejo de administración (i) el sistema y la cuantía de las retribuciones anuales de los consejeros, (ii) la retribución individual de los consejeros ejecutivos y altos directivos y de las demás condiciones de sus contratos y (iii) las condiciones básicas de los contratos de los altos directivos;
 - (vii) analizar, formular y revisar periódicamente la política de remuneraciones aplicada a los consejeros ejecutivos y al equipo directivo, incluidos los sistemas retributivos con acciones y su aplicación, así como garantizar que sea proporcionada a la que se pague a los demás consejeros y miembros del equipo directivo y a otros miembros del personal de la Sociedad;
 - (viii) velar por la observancia de la política retributiva establecida por la Sociedad;
 - (ix) con carácter general, supervisar el cumplimiento de las reglas de gobierno corporativo aplicables a la Sociedad.
 - (x) informar a los accionistas del ejercicio de sus funciones, asistiendo para este fin a la junta general de accionistas; y
 - (xi) asistir al consejo en la elaboración del informe sobre la política de retribuciones de los consejeros y elevar al consejo cualesquiera otros informes sobre retribuciones previstos en el reglamento del consejo de administración.
- (b) Composición

La comisión de nombramientos y retribuciones estará formada por consejeros externos, en su mayoría independientes, en el número que determine el consejo de administración, con un mínimo de tres (3) y un máximo de cinco (5). Los miembros de la comisión de nombramientos y retribuciones serán nombrados por el consejo de administración.

La comisión de nombramientos y retribuciones designará de su seno un presidente. El presidente será un consejero independiente. El presidente deberá ser sustituido cada cuatro años, pudiendo ser reelegido una vez transcurrido el plazo de un año desde su cese.

Al menos uno de los miembros de la comisión de nombramientos y retribuciones deberá tener conocimientos y experiencia en materias de políticas de remuneración.

Está previsto que la comisión de nombramientos y retribuciones, tras la admisión a cotización de las acciones de la Sociedad esté formada por D. Mariano Martín, D. Nicolas Brunel y D. Pierre Cuilleret, siendo este último su presidente.

(c) Reglas de funcionamiento

La comisión de nombramientos y retribuciones se reunirá cuantas veces sean necesarias, a juicio de su presidente, que deberá convocar una reunión siempre que se requiera la emisión de un informe o la adopción de propuestas y, en cualquier caso, siempre que resulte conveniente para el buen desarrollo de sus funciones.

Será convocada por el presidente de la comisión, bien a iniciativa propia, o bien a requerimiento del presidente del consejo de administración o de dos (2) miembros de la propia comisión. La convocatoria se cursará por carta, telegrama, telefax, correo electrónico, o cualquier otro medio que permita tener constancia de su recepción.

La comisión de nombramientos y retribuciones quedará válidamente constituida cuando concurren, presentes o representados, la mayoría de sus miembros. Los acuerdos se adoptarán por mayoría de miembros concurrentes, presentes o representados.

16.4 Declaración de si el Emisor cumple el régimen o regímenes de gobierno corporativo de su país de constitución. En caso de que el Emisor no cumpla ese régimen, debe incluirse una declaración a ese efecto, así como una explicación del motivo por el cual el Emisor no cumple ese régimen

La Sociedad tiene la intención de emplear sus mejores esfuerzos en cumplir las directrices, recomendaciones y prácticas de gobierno corporativo generalmente aceptadas por los organismos y códigos internacionales una vez producida la admisión a cotización de sus acciones y, muy particularmente, las del Código Unificado de Buen Gobierno de las Sociedades Cotizadas, que fue aprobado por el Consejo de la CNMV el 22 de mayo de 2006.

A tal efecto, y con el fin de adaptar la Sociedad a las exigencias y prácticas de buen gobierno corporativo de las sociedades cotizadas, el consejo de administración de la Sociedad, en su sesión celebrada el 25 de marzo de 2011, aprobó el reglamento de consejo de administración y el reglamento interno de conducta en materia de mercado de valores, que entrarán en vigor cuando se produzca la referida admisión a cotización.

En este mismo sentido, el accionista único aprobó el 25 de marzo de 2011 un nuevo texto refundido de los estatutos sociales de la Sociedad, así como un reglamento de la junta general de accionistas, y tomó conocimiento del reglamento del consejo de administración aprobado por este órgano (documentos pendientes de inscripción en el Registro Mercantil); igualmente, tomó conocimiento del reglamento interno de conducta en materia de mercado de valores, aprobado por el consejo de administración.

Una vez que entre vigor esta normativa aprobada por la Sociedad (en particular, los nuevos estatutos sociales) y se constituya el nuevo consejo de administración (según se detalla en el apartado 14.1.1 de este Documento de Registro), tras la admisión a cotización de las acciones de la Sociedad, ésta considera que cumplirá prácticamente en su integridad todas las recomendaciones de gobierno corporativo formuladas por el Código Unificado de Buen Gobierno de 19 de mayo de 2006.

En concreto, la Sociedad ha incorporado a la referida normativa societaria las previsiones necesarias para dar cumplimiento a las recomendaciones 1ª (inexistencia de limitaciones de voto), 3ª (competencias de la junta general), 4ª (publicidad de las propuestas de acuerdo), 5ª (votación separada de asuntos independientes), 6ª (fraccionamiento del voto), 7ª (interés social), 8ª (competencias del consejo de administración), 9ª (tamaño del consejo), 10ª (mayoría de consejeros externos), 11ª (otros consejeros), 12ª (proporción de consejeros dominicales e independientes), 13ª (proporción de consejeros independientes), 14ª (explicación del carácter de los consejeros), 15ª (diversidad de género), 16ª (funciones del presidente del consejo), 17ª (facultades de consejero independiente cuando coincidan presidente y primer ejecutivo), 18ª (funciones y elección del secretario del consejo), 19ª (reuniones del consejo), 20ª (inasistencias y representación en el consejo), 21ª (constancia en acta de preocupaciones de consejeros), 22ª (evaluación periódica del consejo), 23ª (información de consejeros), 24ª (asesoramiento de consejeros), 25ª (orientación y actualización de consejeros), 26ª (dedicación de consejeros), 27ª (selección y nombramiento de consejeros), 28ª (información pública sobre consejeros), 29ª (rotación de consejeros independientes), 30ª (dimisión de consejeros dominicales), 31ª (cese de consejeros independientes), 32ª (dimisión de consejeros en caso de perjuicio al interés social), 33ª (oposición de consejeros a decisiones lesivas), 34ª (explicación por consejeros de razones de dimisión), 35ª (aprobación por el consejo de la política de retribuciones), 36ª (remuneración de consejeros ejecutivos), 37ª (remuneración de consejeros externos), 39ª (criterios de retribuciones variables), 41ª (información sobre retribuciones individuales), 42ª (composición de la comisión delegada), 43ª (conocimiento por el consejo de las decisiones de la comisión delegada), 44ª (comisión de nombramientos y retribuciones), 45ª (supervisión de códigos internos de conducta y reglas de gobierno corporativo), 46ª (miembros de la comisión de auditoría), 47ª (función de auditoría interna), 48ª (auditoría interna y comisión de auditoría), 49ª (política de control y gestión de riesgos), 50ª (funciones de la comisión de auditoría), 51ª (facultades de la comisión de auditoría), 52ª (informe al consejo de la comisión de auditoría), 54ª (composición de la comisión de nombramientos), 55ª (facultades de la comisión de nombramientos) y 57ª (competencias de la comisión de retribuciones).

En relación con las restantes recomendaciones, existen algunas que no son aplicables a DIA (como la 2ª, sobre la cotización de sociedad matriz y dependiente, al carecer DIA de sociedades dependientes cotizadas) y otras que no han merecido ninguna previsión en la referida normativa societaria (como la 53ª, sobre la información por el presidente de la comisión de auditoría y los auditores a los accionistas sobre las eventuales reservas o salvedades del informe de auditoría, o las recomendaciones 56ª o la 58ª, sobre la posibilidad de la comisión de nombramientos y/o de retribuciones de consultar al presidente y al primer ejecutivo de la sociedad sobre cuestiones relativas a los consejeros ejecutivos y altos directivos), que sin embargo la Sociedad tiene intención de cumplir.

A partir de la fecha de admisión a negociación de las acciones de la Sociedad en las Bolsas de Valores la página web de la Sociedad estará adaptada a los requisitos exigidos por la normativa del mercado de valores para atender el ejercicio, por parte de los accionistas, del derecho de información, y para difundir la información relevante.

Control interno de la información financiera

Adicionalmente, una vez que se admitan a cotización las acciones de la Sociedad, ésta tiene la intención de emplear sus mejores esfuerzos en cumplir las recomendaciones y líneas de actuación sobre el control de la información financiera detalladas en el informe de la CNMV elaborado en junio de 2010 por el Grupo de Trabajo de Control Interno, sin perjuicio de que las principales han sido recogidas en los estatutos sociales y en el reglamento del consejo de administración, que entrarán en vigor con la admisión a negociación de las acciones de la Sociedad en las Bolsas de Valores.

A continuación se resume la situación actual de DIA en relación con los 16 indicadores de la guía de la CNMV contenidos en el referido informe.

En relación con los indicadores 1 a 3 relativos al entorno de control de la Sociedad:

- El consejo de administración es el responsable de la existencia y mantenimiento de un adecuado y efectivo sistema de control interno sobre la información financiera ("**SCIIF**") y así lo recoge su reglamento. Adicionalmente, una vez se produzca la admisión a negociación de las acciones de DIA, se constituirá una comisión de auditoría y cumplimiento y una comisión de nombramientos y retribuciones.
- El máximo responsable del diseño y revisión de la estructura organizativa del Grupo es el director general y, en segundo lugar, el comité directivo. Existe un organigrama del Grupo y descripciones de puestos de trabajo, desde los niveles superiores hasta los de jefatura, así como de algunos puestos técnicos. La estructura de poderes existente trata de adecuarse a la estructura organizativa mediante la distribución de facultades a cada apoderado según su función/puesto y facilitando el ejercicio de la actividad de la Sociedad de acuerdo con su estructura descentralizada y permitiendo a cada uno de los centros operar en el curso de los negocios. Adicionalmente, una serie de materias determinadas quedan reservadas a la aprobación final del consejo de administración.
- Aunque actualmente el Grupo dispone de un código de conducta profesional, está previsto que la comisión de auditoría y cumplimiento elabore, para la aprobación por parte del consejo de administración, un nuevo código de conducta profesional que sustituirá al anterior e incluirá menciones explícitas al registro de operaciones y elaboración de información financiera, y definirá un procedimiento a seguir para los incumplimientos y la propuesta de acciones correctoras y sanciones.

Respecto al mecanismo interno que permita a los empleados comunicar irregularidades, actualmente las denuncias se tramitan de manera informal a través de diversas vías: recursos humanos, responsables de tienda/área funcional, atención de cliente, etc. Se está analizando la posibilidad de diseñar e implementar un canal de denuncias que permita la comunicación de las irregularidades de potencial trascendencia, especialmente financieras y contables.

En relación con el indicador 4 relativo al proceso de identificación de riesgos, actualmente no existe como tal una política de gestión de riesgos ni un mapa de riesgos, si bien la Sociedad tiene previsto establecer un sistema de gestión de riesgos integrado que contemple los riesgos sobre la información financiera.

En relación con los indicadores 5 a 8 relativos a las actividades de control de la Sociedad:

- En la intranet se encuentran publicados una serie de procedimientos, incluyendo el procedimiento de cierre y el de *reporting*, así como el manual contable de consolidación. En el corto plazo, está previsto ampliar la documentación existente para los procesos asociados a los riesgos clave sobre la información financiera mediante la elaboración de los flujogramas, narrativos y matrices de controles pertinentes.
- El Grupo dispone de una política de seguridad que abarca todos los aspectos de la seguridad, incluyendo seguridad física, seguridad lógica, responsabilidades de los usuarios, L.O.P.D., gestión de cambios con el entorno de producción, gestión de incidencias, gestión de soportes, estrategias de recuperación y contingencias, traslado de información y entorno de microinformática. Existe un plan de continuidad de sistemas de modo que se encuentran replicadas las aplicaciones principales en ubicaciones suficientemente distantes. Los procesos críticos, como el de almacenes y reaprovisionamiento, cuentan con alternativas suficientes para poder continuar la actividad en caso de no poder acceder a las oficinas.
- Las actividades subcontratadas a terceros que puedan afectar a los estados financieros son escasas y, por tanto, no se considera un aspecto relevante en el Grupo DIA. Existe un procedimiento específico para la contratación con terceros.
- El reglamento del consejo de administración (que entrará en vigor con la admisión a negociación de las acciones de DIA en las Bolsas de Valores) atribuye la supervisión y revisión del proceso de elaboración y presentación de la información financiera regulada a la comisión de auditoría y cumplimiento.

En relación con los indicadores 9 a 11 relativos a información y comunicación:

- La coordinación de normas y procedimientos es asumida desde el área de organización y sistemas. La iniciativa para la creación de una nueva norma o procedimiento contable surge por parte del área financiera, quien contacta con una persona responsable del área de organización y sistemas que se encarga de coordinar la elaboración junto al área funcional y establecer el nivel de autorizaciones a requerir para su aprobación y publicación. Las dudas sobre la interpretación de normas relacionadas con la información financiera suelen ser resueltas por el director de contabilidad y, en caso de resultar necesario, se consulta al departamento de consolidación del Grupo.
- Existen determinadas normas y procedimientos que contemplan el impacto contable y un manual de consolidación que procede del grupo Carrefour, que está previsto adaptar y reconvertir para el Grupo DIA.
- El proceso de captura y preparación de la información financiera es homogéneo para todas las sociedades del grupo, y se caracteriza por un alto componente de automatización empleando los mismos sistemas de información en todos los países.

En relación con los indicadores 12 a 16 relativos a la supervisión del funcionamiento del sistema:

- El reglamento del consejo de administración (que entrará en vigor con la admisión a negociación de las acciones de DIA en las Bolsas de Valores) incluye entre las competencias de la comisión de auditoría y cumplimiento la de supervisar y revisar periódicamente la eficacia de la función de auditoría interna, la de designar a su responsable y aprobar su presupuesto.
- Entre las funciones de la comisión de auditoría y cumplimiento se incluye la de discutir con los auditores de cuentas de la Sociedad las debilidades significativas del SCIIF que puedan detectar en el desarrollo de la auditoría.
- A la fecha del presente Documento de Registro, los procedimientos de evaluación del SCIIF consisten en la remisión de cuestionarios de autoevaluación de control interno a cada una de las filiales del Grupo. Estos cuestionarios contemplan los principales riesgos y controles relativos a la información financiera e identifican las principales debilidades y acciones mitigadoras en curso.
- El reglamento del consejo de administración (que entrará en vigor con la admisión a negociación de las acciones de DIA en las Bolsas de Valores) atribuye, entre otras, las siguientes funciones a la comisión de auditoría y cumplimiento:
 - (i) supervisar y revisar el proceso de elaboración y presentación de la información financiera regulada;

- (ii) supervisar y revisar periódicamente la eficacia de los procedimientos de control interno de la Sociedad, de auditoría interna y de los sistemas de gestión de riesgos;
 - (iii) establecer un mecanismo interno que permita a los empleados comunicar, de forma confidencial y, si se considera apropiado, anónima, las irregularidades de potencial trascendencia, especialmente financieras y contables, que adviertan en el seno de la Sociedad; y
 - (iv) elaborar y mantener actualizada una declaración de valores éticos relativa a la fiabilidad de la información financiera y al cumplimiento de la normativa aplicable, que será aprobada por el consejo de administración y comunicada a todos los niveles de organización.
- A la fecha de elaboración de este informe no se ha remitido a los mercados información referente al SCIIF, distinta de la contenida en el Documento de Registro.

La comisión de auditoría y cumplimiento considerará la conveniencia de someter la información del SCIIF que se remita a los mercados a revisión por el auditor externo.

17. EMPLEADOS

17.1 Número de empleados al final del período o la media para cada ejercicio durante el período cubierto por la información financiera histórica y desglose de las personas empleadas por categoría principal de actividad y situación geográfica.

La tabla siguiente detalla el número medio de empleados en equivalencia hecha a tiempo completo, desglosado por categorías profesionales, durante los ejercicios terminados a 31 de diciembre de 2010, 2009 y 2008 y el período de tres meses finalizado el 31 de marzo de 2011:

NÚMERO MEDIO DE EMPLEADOS POR CATEGORÍAS PROFESIONALES A TIEMPO COMPLETO				
Categoría Profesional	31/03/2011	2010	2009	2008
Directivos	198	193	196	172
Cuadros	1.342	1.318	1.332	1.858
Empleados	43.371	43.978	45.355	44.611
Total	44.911	45.489	46.883	46.641

En cuanto a las categorías de empleados, pueden destacarse las siguientes:

- (A) Directivos: empleados con amplios conocimientos tanto técnicos (específicos de su área), como empresariales y de gestión, particularmente con la siguiente cualificación académica: titulación superior universitaria, formación post-grado (tanto específica de su área como empresarial) y amplia experiencia laboral adquirida dentro y/o fuera de la sociedad.

Las funciones propias de esta categoría profesional son la concreción de los planes estratégicos de la compañía en políticas y planes operativos en cada dirección particular; la definición, utilización y coordinación de los recursos dentro de cada dirección; la participación en proyectos estratégicos; la resolución de problemas de gran complejidad que exijan una alta cualificación y preparación y la representación de la compañía tanto interna como externamente.

En el año 2010, la tasa media de rotación existente dentro de esta categoría profesional fue del 3,6%.

- (B) Cuadros: empleados con conocimientos técnicos específicos de su área adquiridos a través de una titulación superior universitaria, formación específica post-grado y experiencia significativa tanto dentro como fuera de la compañía.

Las funciones propias de esta categoría profesional pasan por la concreción de los planes realizados por la dirección en objetivos individuales de los miembros de su equipo; la gestión de un área especializada y homogénea con resultados propios y cuantificables; resolución de problemas complejos; la persuasión, desarrollo y motivación de un equipo de colaboradores directos en la consecución de los objetivos operativos del área y la participación en proyectos estratégicos de forma puntual como expertos funcionales.

En el año 2010, la tasa media de rotación existente dentro de esta categoría profesional fue del 4,5%.

- (C) Empleados: empleados con conocimientos generales operativos. Su cualificación académica se limita a una titulación básica y a la formación impartida en los cursos de acogida y en las distintas formaciones de reciclaje.

Esta categoría profesional incluye el personal de los establecimientos comerciales, el personal de almacén y personal administrativo.

En el año 2010, la tasa media de rotación existente dentro de esta categoría profesional fue del 14,2%.

En cuanto a la contratación de trabajadores temporales, su uso es limitado, siendo la media de estos trabajadores un 10,1% para 2010 en todo el Grupo DIA. La política de contratación temporal se adapta a la legislación de cada país, buscando obtener una cierta flexibilidad en las plantillas de los distintos países. En consecuencia, la utilización de los contratos temporales es muy limitada, centrada en situaciones puntuales o estacionales que requieren una mayor disponibilidad de plantilla, así como en la cobertura de vacantes temporales derivadas de procesos de baja por maternidad y similares.

A 31 de diciembre de 2010, la plantilla del Grupo DIA estaba compuesta por 45.232 empleados a tiempo completo.

El número final de empleados a tiempo completo del Grupo DIA a 31 de marzo de 2011 y a 31 de diciembre de 2010, 2009 y 2008, en función de su distribución geográfica, ha sido el siguiente:

NÚMERO DE EMPLEADOS A TIEMPO COMPLETO POR ÁREA GEOGRÁFICA A 31 DE MARZO DE 2011 y 31 DE DICIEMBRE DE 2010, 2009 y 2008				
PAÍS	31/03/2011	2010	2009	2008
Turquía	3.780	3.497	2.845	2.887
Argentina	3.369	3.390	3.437	3.507
Brasil	5.609	5.655	4.836	3.536
Portugal	3.811	3.838	3.747	3.836

NÚMERO DE EMPLEADOS A TIEMPO COMPLETO POR ÁREA GEOGRÁFICA A 31 DE MARZO DE 2011 y 31 DE DICIEMBRE DE 2010, 2009 y 2008				
PAÍS	31/03/2011	2010	2009	2008
China	3.154	3.211	3.316	4.048
Francia	7.779	7.886	9.196	9.466
España	17.299	17.755	18.725	19.494
Total	44.796	45.232	46.102	46.774

17.2 Acciones y opciones de compra de acciones

17.2.1 Acciones del Emisor titularidad de los consejeros

A la fecha de registro del presente Documento de Registro la totalidad de las acciones pertenecen al accionista único y, por lo tanto, ningún consejero es titular de acción alguna del Emisor. Esta información será actualizada en la Nota de Valores.

17.2.2 Acciones del Emisor titularidad de los altos directivos

A la fecha de registro del presente Documento de Registro la totalidad de las acciones pertenecen al accionista único y, por lo tanto, ningún alto directivo es titular de acción alguna del Emisor. Esta información será actualizada en la Nota de Valores.

17.3 Descripción de todo acuerdo de participación de los empleados en el capital del Emisor

Ver apartado 15.2.3.

18. ACCIONISTAS PRINCIPALES

18.1 En la medida en que tenga conocimiento de ello el Emisor, el nombre de cualquier persona que no pertenezca a los órganos administrativo, de gestión o de supervisión que, directa o indirectamente, tenga un interés declarable, según el derecho nacional del Emisor, en el capital o en los derechos de voto del Emisor, así como la cuantía del interés de cada una de esas personas o, en caso de no haber tales personas, la correspondiente declaración negativa.

A la fecha de registro del presente Documento de Registro, el accionista único de DIA es Norfin Holder, S.L., una sociedad de nacionalidad española participada, directa o indirectamente, en su totalidad, por la entidad de nacionalidad francesa Carrefour Société Anonyme.

El consejo de administración de Carrefour Société Anonyme celebrado el día 1 de marzo de 2011 acordó proponer a la junta general de accionistas de Carrefour Société Anonyme (prevista inicialmente para el 21 de junio de 2011):

- (i) el reparto de la totalidad del capital social de DIA como dividendo en especie a los accionistas de Carrefour Société Anonyme, dejando esta última de ser accionista de DIA, para lo cual Norfin Holder, S.L. y Carrefour Société Anonyme suscribirán un contrato de compraventa de acciones, en virtud del cual, Norfin Holder, S.L. transmitirá a Carrefour Société Anonyme el 100% de las acciones de DIA. El precio de esta compraventa se fijará en la fecha de firma del correspondiente contrato, utilizando, entre otros, el método de los múltiplos de compañías cotizadas comparables, que consiste en comparar a DIA con una muestra de compañías cotizadas comparables en términos de perfil de actividad, generación de ingresos, mercados en los que operan y tamaño, no contando con informe de ningún experto independiente que lo respalde.
- (ii) su inmediata admisión a negociación en las Bolsas de Valores de Madrid, Barcelona, Valencia y Bilbao. En base a lo anterior, se tiene previsto que el primer día de cotización, la estructura accionarial de DIA sea la misma que la de Carrefour Société Anonyme en aquel momento, y cada accionista de Carrefour Société Anonyme tenga un número de acciones de DIA igual al número de acciones de Carrefour Société Anonyme que poseyera.

La composición del capital social de Carrefour Société Anonyme a la fecha del Documento de Registro es la que se contiene a continuación en la tabla siguiente, que será actualizada, en su caso, en la Nota de Valores:

Accionista	Número de acciones	% del capital social
Blue Capital S.à.r.l.	75.326.258	11,09
Colony Blue Investor S.à.r.l.	15.166.770	2,23
Empleados	7.085.137	1,04
Autocartera	3.657.589	0,54

Accionista	Número de acciones	% del capital social
Capital flotante	578.100.246	85,10
TOTAL	679.336.000	100

DIA desconoce la existencia de participaciones iguales o superiores al 5% (porcentaje a partir del cual surge la obligación de notificación de participaciones significativas conforme a la legislación francesa) en el capital social de Carrefour Société Anonyme distintas de las anteriores. No obstante, una vez las acciones de DIA sean admitidas a negociación en las Bolsas de Valores españolas, los accionistas de DIA deberán tener en cuenta las obligaciones de notificación de participaciones significativas impuestas por la legislación española, conforme a la cual el umbral de notificación es del 3%.

Blue Capital S.à.r.l., Colony Blue Investor S.à.r.l. y Groupe Arnault SAS (titular de opciones sobre acciones y accionista indirecto de Carrefour Société Anonyme a través de su participación en Blue Capital S.à.r.l.) han declarado actuar en concierto en relación con Carrefour Société Anonyme. El Emisor ha recibido confirmación de las mencionadas entidades de su intención de actuar asimismo de manera concertada en relación con DIA, aunque no existe ningún acuerdo por escrito a estos efectos.

Está previsto que no exista acciones de Carrefour Société Anonyme en autocartera en la fecha en que se vaya a realizar la atribución de las acciones de DIA a los accionistas de Carrefour Société Anonyme.

El número total de accionistas de Carrefour Société Anonyme supera actualmente los 250.000.

En este sentido y en el primer día de cotización, la entidad Blue Capital S.à.r.l. sería propietaria de un 11,09% del capital social de DIA, Colony Blue Investor S.à.r.l. sería propietaria de un 2,23% del capital social de DIA, correspondiendo el capital social de DIA restante a capital flotante. Los titulares de opciones sobre acciones de Carrefour Société Anonyme (como Groupe Arnault SAS) no recibirán acciones de DIA mientras no ejerciten dichas opciones.

Blue Capital S.à.r.l., Colony Blue Investor S.à.r.l. y Groupe Arnault SAS han asumido la obligación de mantener su participación en DIA durante el plazo de un año a contar desde la fecha de admisión a cotización de las acciones de la Sociedad en las Bolsas de Valores españolas.

Una vez aprobado por la junta general de accionistas de Carrefour Société Anonyme el reparto de la totalidad del capital social de DIA como dividendo en especie a los accionistas de Carrefour Société Anonyme y la admisión a negociación de las acciones de DIA en las Bolsas de Valores españolas, tendrán lugar las siguientes actuaciones:

- (i) DIA repartirá un dividendo extraordinario de 368,6 millones de euros a Norfin Holder, S.L., su accionista único;

- (ii) Norfin Holder, S.L. y Carrefour Société Anonyme suscribirán un contrato de compraventa de acciones, en virtud del cual, Norfin Holder, S.L. transmitir  a Carrefour Société Anonyme el 100% de las acciones de DIA, momento en el que se determinará su precio;
- (iii) Carrefour Société Anonyme repartirá la totalidad del capital social de DIA como dividendo en especie a los accionistas de Carrefour Société Anonyme que lo sean al cierre de mercado del día 4 de julio de 2011, de conformidad con los registros contables;
- (iv) con carácter inmediato al reparto de las acciones, y cumplido el requisito de distribución suficiente exigido por el artículo 9.7 del Real Decreto 1310/2005, de 4 de noviembre, DIA procederá a presentar la correspondiente Nota de Valores en la CNMV, lo que est  previsto que tenga lugar no más tarde del 5 de julio de 2011; y
- (v) una vez la CNMV verifique la admisión a negociación de las acciones de DIA en las Bolsas de Valores y éstas adopten el correspondiente acuerdo de admisión, de conformidad con el artículo 32 de la Ley del Mercado de Valores, las acciones serán admitidas a negociación, lo que est  previsto que tenga lugar a partir del 5 de julio de 2011.

18.2 Si los accionistas principales del Emisor tienen distintos derechos de voto, o la correspondiente declaración negativa.

El capital social de la Sociedad está representado por una única clase acciones, con los mismos derechos políticos. Cada acción da derecho a un voto.

18.3 En la medida en que tenga conocimiento de ello el Emisor, declarar si el Emisor es directa o indirectamente propiedad o est  bajo control y quién lo ejerce, y describir el carácter de ese control y las medidas adoptadas para garantizar que no se abusa de ese control.

De acuerdo con lo descrito en el apartado 18.1, Norfin Holder, S.L. tiene a fecha del presente Documento de Registro el control de DIA. No obstante, en el momento en que se produzca la admisión a cotización de las acciones de la Sociedad en las Bolsas de Valores de Madrid, Barcelona, Valencia y Bilbao, no habrá ninguna persona que ejerza el control sobre DIA.

18.4 Descripción de todo acuerdo, conocido del Emisor, cuya aplicación pueda en una fecha ulterior dar lugar a un cambio en el control del Emisor.

Tal y como se ha descrito en el apartado 18.1 anterior, el consejo de administración de Carrefour Société Anonyme celebrado el día 1 de marzo de 2011 acordó proponer a la junta general de accionistas de Carrefour Société Anonyme el reparto de la totalidad del capital social de DIA como dividendo en especie a los accionistas de Carrefour Société Anonyme. Una vez que se apruebe, en su caso, este reparto, la Sociedad dejará de estar bajo el control directo o indirecto de Carrefour Société Anonyme.

19. OPERACIONES CON PARTES VINCULADAS

Todas las operaciones con partes vinculadas (según su definición contenida en la Orden EHA/3050/2004, de 15 de septiembre de 2004, relativa a la información sobre operaciones vinculadas) llevadas a cabo durante el período de tres meses finalizado el 31 de marzo de 2011 y durante los ejercicios 2010, 2009 y 2008, son propias del tráfico ordinario del Emisor, considerando este último que han sido realizadas en condiciones de mercado.

Las principales transacciones mantenidas con administradores y altos directivos, accionistas y empresas asociadas a 31 de marzo de 2011 y a 31 de diciembre de 2010, 2009 y 2008 fueron las siguientes:

19.1 Operaciones vinculadas con administradores y altos directivos

Durante el período cubierto por la información financiera histórica del presente Documento de Registro (es decir, el período de tres años finalizado el 31 de diciembre de 2010) y hasta el 31 de marzo de 2011, ningún miembro del consejo de administración, ningún otro miembro de la alta dirección del Grupo DIA, ninguno de sus familiares próximos (en el sentido indicado en la Orden EHA/3050/2004, de 15 de septiembre de 2004, relativa a la información sobre operaciones vinculadas), ni ninguna sociedad que controlen o en la que ejerzan una influencia significativa dichas personas (distintas de las sociedades en las que ostentan cargos de administración en representación de DIA en su condición de accionista de dichas sociedades), ha realizado transacciones no habituales o relevantes con la Sociedad, al margen de las retribuciones salariales devengadas por los miembros del consejo de administración y por los altos directivos (cuyo gasto ha ascendido durante el período comprendido entre el 1 de enero y el 31 de marzo de 2011 a 1.903 miles de euros y en 2010, 2009 y 2008 a 5.052, 5.867 y 7.277 miles de euros, respectivamente, y del que se da cuenta en detalle en el apartado 15 del presente Documento de Registro).

A 31 de marzo de 2011 y a 31 de diciembre de 2010, 2009 y 2008, no existían anticipos ni créditos concedidos al personal de alta dirección o a los miembros del consejo de administración, ni había obligaciones asumidas por cuenta de ellos a título de garantía.

Adicionalmente, los miembros del consejo de administración y los altos directivos han confirmado que no ejercen cargos o funciones en sociedades con el mismo, análogo o complementario género de actividad del que constituye el objeto social de las sociedades del Grupo DIA, ni realizan por cuenta propia o ajena, el mismo, análogo o complementario género de actividad del que constituye el objeto social de dichas sociedades, con las excepciones detalladas en los apartados 14.1.1 y 14.1.4 anteriores.

19.2 Operaciones con accionistas y empresas vinculadas

A continuación se muestra el detalle de las transacciones y saldos realizados con entidades vinculadas (i) a 31 de marzo de 2011 (información que no ha sido objeto de auditoría), (ii) a 31 de diciembre de 2010, (iii) a 31 de diciembre de 2009 y (iv) a 31 de diciembre de 2008 (en miles de euros):

Miles de euros	Sociedad dominante última	Otras sociedades del grupo Carrefour	Total
01 - 31/03/2011			
Transacciones			
Ingresos			
Ventas netas	-	5.063	5.063
Ingresos por arrendamientos operativos	-	93	93
Otros servicios prestados	-	314	314
Otros ingresos financieros	-	63	63
Total Ingresos	-	5.533	5.533
Gastos			
Compras netas	-	(2.985)	(2.985)
Gastos por arrendamientos operativos	-	(544)	(544)
Otros servicios recibidos	(8.354)	(5.439)	(13.793)
Gastos de personal	-	(26)	(26)
Gastos financieros	-	(2.525)	(2.525)
Total Gastos	(8.354)	(11.519)	(19.873)
Saldos			
Deudores comerciales y otras cuentas a cobrar	-	26.178	26.178
Total Créditos	-	26.178	26.178
Deuda financiera no corriente	-	19.163	19.163
Deuda financiera corriente	-	447.064	447.064
Proveedores	-	3.066	3.066
Acreedores comerciales y otras cuentas a pagar	8.061	901	8.962
Total Deudas	8.061	470.194	478.255
2010			
Transacciones			
Ingresos			
Ventas netas	-	34.153	34.153
Ingresos por arrendamientos operativos	-	394	394
Otros servicios prestados	1.326	227	1.553
Ingresos financieros	-	791	791
Total Ingresos	1.326	35.565	36.891
Gastos			
Compras netas	-	(15.305)	(15.305)
Gastos por arrendamientos operativos	-	(2.391)	(2.391)
Otros servicios recibidos	(28.546)	(23.941)	(52.488)
Gastos financieros	-	(4.612)	(4.612)
Total Gastos	(28.546)	(46.250)	(74.796)
Saldos			

Miles de euros	Sociedad dominante última	Otras sociedades del grupo Carrefour	Total
Deudores comerciales y otras cuentas a cobrar	-	26.536	26.536
Total Créditos	-	26.536	26.536
Deuda financiera no corriente	-	12.217	12.217
Deuda financiera corriente	-	507.159	507.159
Proveedores	-	5.356	5.356
Acreedores comerciales y otras cuentas a pagar	6.339	-	6.339
Total Deudas	6.339	524.732	531.071
2009			
Transacciones			
Ingresos			
Ventas netas	83	22.957	23.040
Otros servicios prestados	-	107	107
Total Ingresos	83	23.064	23.147
Gastos			
Compras netas	-	(14.795)	(14.795)
Gastos por arrendamientos operativos	-	(2.495)	(2.495)
Otros servicios recibidos	(26.359)	(23.579)	(49.938)
Gastos financieros	-	(5.851)	(5.851)
Total Gastos	(26.359)	(46.720)	(73.079)
Saldos			
Deudores comerciales y otras cuentas a cobrar	-	11.878	11.878
Total Créditos	-	11.878	11.878
Deuda financiera no corriente	-	12.862	12.862
Deuda financiera corriente	-	183.462	183.462
Proveedores	-	5.962	5.962
Acreedores comerciales y otras cuentas a pagar	5.754	815	6.569
Total Deudas	5.754	203.101	208.855
2008			
Transacciones			
Ingresos			
Ventas netas	-	19.752	19.752
Otros servicios prestados	-	98	98
Total Ingresos	-	19.850	19.850
Gastos			
Compras netas	-	(9.653)	(9.653)
Gastos por arrendamientos operativos	-	(1.904)	(1.904)
Otros servicios recibidos	(22.528)	(24.576)	(47.104)
Gastos financieros	-	(11.846)	(11.846)

Miles de euros	Sociedad dominante última	Otras sociedades del grupo Carrefour	Total
Total Gastos	(22.528)	(47.979)	(70.507)
Saldos			
Deudores comerciales y otras cuentas a cobrar	-	11.117	11.117
Total Créditos	-	11.117	11.117
Deuda financiera no corriente	-	20.852	20.852
Deuda financiera corriente	-	243.855	243.855
Proveedores	-	4.051	4.051
Acreedores comerciales y otras cuentas a pagar	6.360	541	6.901
Total Deudas	6.360	269.299	275.659

A modo explicativo y entre los ingresos, el epígrafe "*ventas netas*" incluiría las ventas realizadas por parte de DIA a DIA Hellas A.E. a partir de su salida del Grupo DIA y las transacciones del Grupo con Carrefour World Trade, S.A.; el epígrafe "*Ingresos por arrendamientos operativos*" incluiría las refacturaciones realizadas a Carrefour España por parte de DIA por los alquileres de establecimientos cedidos; el epígrafe "*Otros servicios prestados*" incluiría, entre otros, ingresos de ED SAS con Carrefour Société Anonyme por servicios generales e ingresos de DIA por facturas de personal, gastos generales y canon realizadas a DIA Hellas A.E.; y el epígrafe "*Ingresos financieros*" incluiría ingresos por los intereses generados de los saldos a favor de DIA con el Centro de Coordinación Carrefour y DIA Hellas, A.E.

Por otro lado y respecto de los gastos, el epígrafe "*Compras netas*" incluiría, entre otros, compras a Carrefour Import SAS por parte de DIA, ED SAS y DIA Argentina S.A. y compras realizadas a sociedades de Carrefour en España y Carrefour Merchandise Internationale por parte de DIA; el epígrafe "*Gastos por arrendamientos operativos*" incluiría, entre otros, los alquileres facturados a DIA por sociedades de Carrefour en España por los establecimientos cedidos; el epígrafe "*Otros servicios recibidos*" incluiría gastos de servicios de consultoría de DIA facturados por Carrefour Société Anonyme (a partir del 1 de julio de 2011 finalizarán los gastos por servicios de consultoría, resolviéndose los contratos intragrupo existentes entre el Grupo DIA y el grupo Carrefour, a excepción de los contratos mencionados en el apartado 22 siguiente); así mismo incluye gastos de servicios de consultoría, de personal y otros gastos generales facturados por Erteco SAS a ED SAS, así como gastos generales facturados por sociedades de Carrefour en España a DIA ; y el epígrafe "*Gastos financieros*" incluiría, entre otros, gastos de intereses por los préstamos concedidos del Centro de Coordinación Carrefour y Carrefour China a DIA y las sociedades chinas, respectivamente.

Téngase en cuenta que las sociedades españolas del Grupo pertenecen al grupo fiscal encabezado por Norfin Holder, S.L., accionista único de DIA. Por este motivo, el saldo acreedor que presenta el Grupo DIA con dicho grupo fiscal asciende al 31 de marzo de 2011 al importe de 19.228 miles de euros (2010: 15.603 miles de euros) recogidos como “Pasivos por impuestos sobre ganancias corrientes”.

Asimismo y tal y como se menciona en el apartado 5.2.1 anterior, en julio de 2010, se firmó un contrato privado de compraventa de acciones de la sociedad DIA Hellas A.E., entre Schoptis Holdings Ltd. y DIA como vendedores y Carrefour-Marinopoulos Société Anonyme of General Commerce, Exploitation of Commercial Installations, como compradora. En virtud de este contrato, DIA cesó su negocio en Grecia, vendiendo su participación en la referida compañía griega conjuntamente con Schoptis Holdings Ltd. DIA obtuvo por la transmisión de sus acciones 96.000 miles de euros. Dicha transmisión ha producido un beneficio extraordinario por importe de 87.734 miles de euros, registrado en el epígrafe “Beneficio (pérdida) después de impuestos de las actividades interrumpidas” de la cuenta de resultados consolidados a 31 de diciembre de 2010.

Igualmente y tal y como se explica en el apartado 20.7 siguiente, la Sociedad distribuyó dividendos a su accionista   nico Norfin Holder, S.L en el ejercicio 2010 por importe de 532.000 miles de euros, mientras que en el ejercicio 2009 ascendió a 75.000 miles de euros y a 70.000 miles de euros en el ejercicio 2008. Asimismo y tal y como se comenta en el ya mencionado apartado 20.7 siguiente, una vez aprobado por la junta general de accionistas de Carrefour Société Anonyme el reparto de la totalidad del capital social de DIA como dividendo en especie a los accionistas de Carrefour Société Anonyme y la admisión a negociación de las acciones de DIA en las Bolsas de Valores españolas, DIA repartirá un dividendo extraordinario de 368.600 miles de euros. Esta distribución de dividendos será financiada a tipo de mercado transitoria e íntegramente por Carrefour Finance, S.A. (una entidad del grupo Carrefour), durante el período comprendido entre la fecha de su ejecución y la disposición bajo el préstamo sindicado mencionado en el apartado 10.3 anterior.

Adicionalmente y durante el año en curso, son de destacar las siguientes operaciones:

(i) Adquisición de Erteco SAS

El 2 de mayo de 2011 la sociedad ED SAS (entidad francesa totalmente participada por DIA) adquirió la totalidad de las acciones de la sociedad también francesa Erteco SAS por importe de 40 millones de euros. Para una mayor información sobre esta adquisición, véase el apartado 5.2 anterior.

(ii) Adquisición de participaciones minoritarias en Diasa Dia Sabanci Supermarketleri Ticaret Anonim Sirketi

El 22 de abril de 2011, las sociedades Twins Alimentación, S.A.U., Pe-Tra Servicios a la Distribución, S.L.U. y DIA Portugal Supermercados, Sociedade Unipessoal, Lda. (todas ellas directa o indirectamente participadas en su integridad por DIA) adquirieron de determinadas sociedades pertenecientes al grupo Carrefour, el 0,0335%, 0,0167% y 0,0167% del capital social de Diasa Dia Sabanci

Supermarketleri Ticaret Anonim Sirketi por aproximadamente 100.000, 50.000 y 50.000 euros respectivamente; esta sociedad, de la que DIA ostenta directamente un 59,93% de su capital social, es la entidad a través de la que el Grupo DIA opera en Turquía.

El precio de las mencionadas transmisiones a favor de Twins Alimentación, S.A.U., Pe-Tra Servicios a la Distribución, S.L.U. y DIA Portugal Supermercados, Sociedade Unipessoal, Lda. ascendió a 220.478 liras turcas (aproximadamente 100.000 euros), 110.239 liras turcas (aproximadamente 50.000 euros) y 110.239 liras turcas (aproximadamente 50.000 euros), respectivamente.

Finalmente, existe un saldo deudor favorable a DIA respecto a la sociedad griega DIA Hellas A.E., contabilizado en la cuenta "deudores comerciales y otras cuentas a cobrar", cuyo saldo ascendía a 31 de diciembre de 2010 a 9.484 miles de euros y a 9.695 miles de euros a 31 de marzo de 2011. La liquidación de este saldo deudor está prevista que se lleve a cabo en el momento en que se produzca de forma efectiva la separación del Grupo Dia de la sociedad matriz Carrefour Société Anonyme.

Asimismo, el resto de saldos deudores y acreedores entre el Grupo DIA y las sociedades del grupo Carrefour serán también objeto de liquidación en el momento en que se produzca de forma efectiva la escisión del Grupo DIA de la sociedad matriz Carrefour Société Anonyme, salvo aquéllos que obedezcan a operaciones amparadas en los contratos que se mantendrán en vigor después de la efectiva separación y que se relacionan en el apartado 22 del presente Documento de Registro.

20. INFORMACIÓN FINANCIERA RELATIVA AL ACTIVO Y EL PASIVO DEL EMISOR, POSICIÓN FINANCIERA Y PÉRDIDAS Y BENEFICIOS

20.1 Información financiera histórica

La información financiera histórica incluida en este punto hace referencia a los estados financieros consolidados del Grupo DIA de los ejercicios anuales terminados a 31 de diciembre de 2010, 2009 y 2008, auditados por KPMG, elaborados de conformidad con lo establecido en las Normas Internacionales de Información Financiera, según han sido aprobadas por la Unión Europea (en adelante, NIIF-UE), de conformidad con el Reglamento (CE) nº 1606/2002 del Parlamento y del Consejo Europeo. Todas las cifras contenidas en este punto se expresan en miles de euros, salvo que se exprese lo contrario.

Para la revisión de los principales principios y normas contables aplicados en la elaboración de los estados financieros consolidados, necesarios para su correcta interpretación, así como para la revisión del informe de auditoría de los tres últimos ejercicios cerrados, pueden consultarse los estados financieros consolidados e informe de auditoría depositados en la CNMV y en la página web corporativa (www.diacorporate.com).

20.1.1 Estados de situación financiera consolidados al 31 de diciembre de 2010, 2009 y 2008

A continuación se presentan los estados de situación financiera consolidados y auditados del Grupo DIA correspondiente a los ejercicios finalizados a 31 de diciembre de 2010, 2009 y 2008 preparados bajo NIIF-UE, indicando las variaciones interanuales:

(miles de euros)	2010	2009	2008	Var. 10-09	Var. 09-08
Inmovilizado material	1.597.421	1.632.215	1.626.258	-2%	0%
Fondo de comercio	414.435	413.941	418.025	0%	-1%
Otros activos intangibles	45.419	43.679	42.919	4%	2%
Inversiones contabilizadas por el método de la participación	108	708	542	-85%	31%
Activos financieros no corrientes	51.665	41.449	38.096	25%	9%
Activos por impuesto diferido	29.283	26.783	34.405	9%	-22%
Créditos al consumo de empresas financieras	3.191	6.327	8.507	-50%	-26%
Activos no corrientes	2.141.522	2.165.102	2.168.752	-1%	0%
Existencias	539.303	541.231	577.182	0%	-6%
Deudores comerciales y otras cuentas a cobrar	178.983	124.963	176.243	43%	-29%
Deudores comerciales con empresas del Grupo	26.536	11.878	11.117	123%	7%
Otros deudores comerciales y otras cuentas a cobrar	152.447	113.085	165.126	35%	-32%
Créditos al consumo de empresas financieras	5.634	3.838	4.173	47%	-8%
Activos por impuestos corrientes	38.392	44.225	63.152	-13%	-30%
Otros activos financieros corrientes	21.615	14.276	18.159	51%	-21%
Otros activos	11.097	23.375	22.024	-53%	6%
Efectivo y otros activos líquidos equivalentes	316.842	250.778	304.679	26%	-18%
Activos no corrientes mantenidos para la venta	-	110.627	9.659	-100%	1.045%
Activos corrientes	1.111.866	1.113.313	1.175.271	0%	-5%
Total activo	3.253.388	3.278.415	3.344.023	-1%	-2%
Capital	3.899	3.899	3.899	0%	0%
Prima de emisión	848.533	848.533	848.533	0%	0%
Reservas	(565.396)	(178.533)	(181.748)	217%	-2%
Beneficio neto del ejercicio	122.149	124.008	82.078	-1%	51%
Diferencias de conversión	4.594	1.678	(12.209)	174%	-114%
Otros instrumentos de patrimonio	16.504	11.520	7.343	43%	57%
Patrimonio neto atribuido a tenedores de instrumentos de la dominante	430.283	811.105	747.896	-47%	8%
Participaciones no dominantes	(7.794)	(6.242)	(3.186)	25%	96%
Total patrimonio neto	422.489	804.863	744.710	-48%	8%
Deuda financiera no corriente	27.994	28.569	47.897	-2%	-40%
Deuda financiera no corriente con empresas del Grupo	12.217	12.862	20.852	-5%	-38%
Deuda financiera no corriente con entidades de crédito	12.332	12.736	24.390	-3%	-48%
Otra deuda financiera corriente	3.445	2.971	2.655	16%	12%
Provisiones	184.433	176.195	192.967	5%	-9%
Pasivos por impuesto diferido	10.377	10.022	3.515	4%	185%
Pasivos no corrientes	222.804	214.786	244.379	4%	-12%
Deuda financiera corriente	540.459	215.039	276.943	151%	-22%
Deuda financiera corriente con empresas del Grupo	507.159	183.462	243.855	176%	-25%
Deuda financiera corriente con entidades de crédito	32.633	30.779	31.819	6%	-3%
Otra deuda financiera corriente	667	798	1.269	-16%	-37%
Acreedores comerciales y otras cuentas a pagar	1.726.110	1.620.517	1.746.085	7%	-7%
Acreedores comerciales y otras cuentas a pagar con empresas del Grupo	11.695	12.531	10.952	-7%	14%
Otros acreedores comerciales y cuentas a cobrar	1.714.415	1.607.986	1.735.133	7%	-7%
Refinanciación de los créditos al consumo	480	2.014	4.723	-76%	-57%
Pasivos por impuestos corrientes	76.473	70.151	69.855	9%	0%
Pasivos por impuestos sobre ganancias corrientes	23.489	12.356	5.104	90%	142%
Otros pasivos financieros	238.537	224.381	227.439	6%	-1%
Pasivos directamente asociados con activos no corrientes mantenidos para la venta	2.547	114.308	24.785	-98%	361%
Pasivos corrientes	2.608.095	2.258.766	2.354.934	15%	-4%
Total pasivo y patrimonio neto	3.253.388	3.278.415	3.344.023	-1%	-2%

Comentarios de variaciones significativas de los estados de situación financiera consolidados bajo NIIF-UE (2010-2008)

A continuación se presenta una descripción de los principales epígrafes de los estados de situación financiera consolidados, indicando el contenido y naturaleza de los mismos a 31 de diciembre de 2010, así como una explicación de las principales variaciones experimentadas en estos epígrafes durante los ejercicios 2010, 2009 y 2008.

Activos no corrientes

Inmovilizado material

En 2010 el coste del inmovilizado material bruto (sin incluir deterioro de valor ni amortizaciones) se incrementó en 39.897 miles de euros, principalmente como consecuencia de altas en instalaciones técnicas, maquinaria y otros activos fijos (248.856 miles de euros) y por altas de construcciones por 30.360 miles de euros, para la adaptación principalmente a las nuevas enseñas de "DIA Market" y "DIA Maxi". Dicho aumento queda parcialmente neteado por las bajas de las instalaciones técnicas (251.861 miles de euros), como consecuencia primordialmente del cambio de instalaciones para la adaptación a las enseñas recién mencionadas.

En 2009, el coste de inmovilizado material bruto (sin incluir deterioro de valor ni amortizaciones) se incrementó en 117.112 miles de euros, principalmente como consecuencia del efecto neto de altas y bajas producidas en maquinaria e instalaciones técnicas para la adecuación de los establecimientos a las nuevas enseñas "DIA Maxi" y "DIA Market" (efecto neto de 198.871 miles de euros), así como por el traspaso de 90.201 miles de euros de instalaciones técnicas, maquinaria y otros activos fijos a "*Activos no corrientes mantenidos para la venta*", relativos principalmente a activos de DIA Hellas A.E.

Para mayor información sobre estas altas, ver la sección 5.2 del presente Documento de Registro.

Fondo de comercio

A 31 de diciembre de 2010, los fondos de comercio que presenta el Grupo están compuestos, principalmente, por las siguientes combinaciones de negocio:

- En España, por la adquisición de Plus Supermercados, S.A. en 2007 por importe de 160.553 miles de euros, y por la adquisición de Distribuciones Reus, S.A. en 1991 por importe de 26.480 miles de euros.
- Los generados en Francia corresponden, principalmente, a las combinaciones de negocios por la adquisición de Penny Market, S.A. en 2005 por importe de 67.948 miles de euros y el generado en la adquisición de la sociedad Sonnenglut/Treff Marché en 2003 por importe de 10.510 miles de euros.
- Tanto en España como en Francia se generó fondo de comercio adicional por diferentes adquisiciones de establecimientos o grupos de tiendas por 32.323 miles de euros y 55.400 miles de euros respectivamente.

- En Portugal se presenta el fondo de comercio generado en la combinación de negocios por la adquisición de Companhia Portuguesa de Lojas de Desconto, S.A. en 1998 e importe de 39.754 miles de euros.
- En Turquía se genera el Fondo de Comercio por la adquisición de la sociedad Endi Tüketim Mallari Ticaret Ve Sanay Anonim Sirketi en 2006 (21.467 miles de euros).

En 2010 el saldo de esta cuenta no experimentó variaciones significativas.

En 2009, este epígrafe se redujo en 4.084 miles de euros como consecuencia, principalmente, del efecto neto de altas producidas por las adquisiciones de tres establecimientos en Francia y tres en España, y por las bajas producidas en Francia por el cobro de un litigio relativo a la compra de la sociedad dependiente Penny Market, S.A., en 2005, lo cual redujo su precio de compra, y por ende, el valor de su fondo de comercio asociado.

Otros activos intangibles

El incremento del coste de otros activos intangibles (sin incluir deterioro de valor ni amortizaciones) en 2.768 miles de euros durante el ejercicio 2010 responde fundamentalmente al efecto neto de las altas producidas en aplicaciones informáticas (5.382 miles de euros) y derechos de traspaso (4.529 miles de euros), parcialmente compensadas con las bajas de derechos de traspaso por el cierre de algunos establecimientos (7.232 miles de euros), principalmente en Portugal y Francia.

En 2009, el aumento del coste de otros activos intangibles (sin incluir deterioro de valor ni amortizaciones) de 5.578 miles de euros respondió fundamentalmente a las inversiones realizadas en aplicaciones informáticas.

Inversiones contabilizadas aplicando el método de la participación

Incluye las participaciones que el Grupo DIA tiene en SAS Proved. La disminución registrada en 2010 de 600 miles de euros corresponde a la incorporación de las pérdidas del año, mientras el aumento en 2009 de 166 miles de euros corresponde al efecto neto de la incorporación de las pérdidas del año por 334 miles de euros y la ampliación de capital de la sociedad participada por 500 miles de euros.

Activos financieros no corrientes

Los activos financieros no corrientes corresponden principalmente a fianzas entregadas como garantías a los contratos de arrendamiento contraídos por el Grupo DIA, a saldos de clientes por ventas con ciclo mayor al de explotación (financiación prestada a franquiciados por compras), a instrumentos de patrimonio (inversiones que posee el Grupo en sociedades no consolidadas, que son propietarias de establecimientos) y a créditos al personal. A 31 de diciembre de 2010, el importe registrado en estas cuentas asciende a 51.665 miles de euros. (de los cuales los saldos más significativos corresponden a 34.366 miles de euros de fianzas y 13.170 miles de euros de clientes con ciclo mayor al de explotación).

Durante los ejercicios 2010 y 2009, este epígrafe se ha incrementado en 10.216 y 3.353 miles de euros, respectivamente, fundamentalmente por cambios producidos en relación a la financiación prestada a los franquiciados, (incrementos respectivos de 7.163 y 5.329 miles de euros). Estos aumentos de financiación a franquiciados se han debido principalmente a incrementos paulatinos de financiación llevados a cabo por el Grupo, con el fin de ayudar a los franquiciados al abastecimiento inicial de mercancías en las aperturas de sus establecimientos. En el ejercicio 2009, este efecto se ve parcialmente compensado por la disminución neta de saldos de fianzas en 1.633 miles, como consecuencia del cierre de algunos establecimientos.

Activos por impuestos diferidos

Durante el ejercicio 2010, los impuestos diferidos de activo se incrementaron en 2.500 miles como consecuencia del efecto neto de un incremento de 7.528 miles de euros (de las que 5.916 miles corresponden a DIA Argentina, al empezar en este ejercicio a reconocer un impuesto diferido de activo que hasta entonces se consideraba irrecuperable), y de una disminución de las bases imponibles negativas de 5.028 miles de euros, utilizadas en el mencionado ejercicio.

Durante el ejercicio 2009, los impuestos diferidos de activo disminuyeron en 7.622 miles de euros, con motivo fundamentalmente del impacto del CVAE (*Cotisation sur la Valeur Ajoutée des Entreprises*) en Francia por importe de 5.660 miles de euros.

Créditos al consumo de empresas financieras

El epígrafe recoge el valor no corriente de los créditos concedidos por la sociedad del Grupo Finandia, E.F.C., S.A.U. a particulares residentes en España, relativos a pagos con tarjeta de crédito DIA en establecimientos del Grupo.

A 31 de diciembre de 2010, su importe asciende a 3.191 miles de euros. La disminución de 3.136 y 2.180 miles de euros durante los ejercicios 2010 y 2009, respectivamente, responden fundamentalmente al freno de concesión de préstamos personales con tarjeta que ha tenido lugar desde marzo de 2009 como consecuencia del entorno económico y financiero que atraviesa España.

Activos corrientes

Existencias

La reducción de la cifra de existencias en el ejercicio 2009 en 35.951 miles de euros fue consecuencia de la política del Grupo de reducir el nivel de inventarios y el traspaso de establecimientos propios a franquiciados. Dicha política se mantuvo a lo largo del ejercicio 2010, y los niveles de existencias comerciales no sufrieron variaciones significativas.

Deudores comerciales y otras cuentas a cobrar

- Deudores comerciales con empresas del Grupo

Recoge el importe a cobrar a empresas del Grupo (principalmente el saldo de crédito que tiene el Grupo con Carrefour World Trade). A 31 de diciembre de 2010, este saldo asciende a 26.536 miles de euros, de los cuales 17.052 miles de euros son con Carrefour Word Trade y 9.484 miles de euros corresponden al derecho de crédito con DIA Hellas AE.

En el ejercicio 2010, esta cuenta se incrementa en 14.658 miles de euros, motivado fundamentalmente de la inclusión del derecho de crédito con DIA Hellas A.E.

En el ejercicio 2009, este saldo se mantuvo sin variaciones significativas (incremento de 761 miles de euros).

- Otros deudores comerciales y otras cuentas a cobrar

Este epígrafe incluye el importe a cobrar a los franquiciados y subarrendatarios por la venta de mercancía y refacturación de alquileres, así como los saldos a cobrar a proveedores por ingresos accesorios u otras partidas similares. A 31 de diciembre de 2010, el importe de este epígrafe asciende a 152.447 miles de euros.

En el ejercicio 2010, el aumento de esta cuenta en 39.362 miles de euros responde principalmente a (i) una subida de las cuentas a cobrar a proveedores por ingresos accesorios u otras partidas similares por importe de 33.857 miles de euros, debida principalmente a que, atendiendo a la estructura de negociación, algunas de estas partidas fueron registradas en ejercicios anteriores reduciendo el saldo de proveedores, y (ii) un aumento de 4.498 miles de euros del saldo a cobrar de franquiciados, por el incremento del número de establecimientos comerciales en franquicia en dicho periodo.

En el ejercicio 2009, este saldo se reduce en 52.041 miles de euros, principalmente como consecuencia de (i) la disminución de saldos pendientes de cobro de franquiciados españoles en 5.348 miles de euros, como consecuencia de la mejora en la gestión de cobro a franquiciados llevada a cabo en ese ejercicio, (ii) el descenso de los ingresos accesorios u otras partidas similares por 5.414 miles de euros y (iii) la reducción del volumen de rappelés a cobrar de proveedores en Francia, en 24.387 miles de euros, principalmente como consecuencia de una nueva legislación que afectó a la baja al volumen de estos rappelés concedidos.

Créditos al consumo de empresas financieras

El epígrafe recoge el valor corriente de los créditos concedidos por la sociedad Finandia EFC a particulares residentes en España, relativos a pagos con tarjeta de crédito DIA en establecimientos del Grupo. A 31 de diciembre de 2010 su importe asciende a 5.634 miles de euros. El incremento de 1.796 miles de euros durante el ejercicio 2010 responde fundamentalmente al aumento de saldos con vencimientos corrientes en este ejercicio con respecto a 2009, si bien, a nivel total, el saldo de esta partida disminuye en 1.340 miles de euros, como consecuencia del freno de concesión de préstamos personales con tarjetas, como se ha comentado previamente en el presente Documento de Registro. La disminución de 335 miles de euros durante el ejercicio 2009 responde a este mismo concepto.

Ver más detalles sobre estos créditos en el punto 6.1 de este Documento de Registro.

Activos por impuestos corrientes

En el ejercicio 2010 y 2009 los activos por impuestos corrientes se redujeron en 5.833 y 18.927 miles de euros, respectivamente.

La reducción en 5.833 miles de euros en 2010 responde a una disminución neta de: (i) reducción de otros activos por impuesto sobre ganancias corriente en 8.963 miles de euros, principalmente explicada por el hecho de que Francia no ha tenido que realizar pagos a cuenta del impuesto de sociedades y (ii) aumentos de saldos de las cuentas deudoras por IVA y por deudores varios de 1.758 y 1.372 miles de euros, respectivamente.

En el ejercicio 2009 la disminución de saldo de 18.927 miles de euros responde principalmente a una reducción en el saldo de "Hacienda Pública deudora por IVA", en 15.777 miles de euros, debida principalmente a un cobro de la Hacienda Pública relativa a Twins Alimentación, S.A.U.

Otros activos financieros corrientes

Corresponden principalmente a créditos al personal, importes pendientes de recibir de las compañías de seguros por siniestros, e importes pendientes de recibir de proveedores y otros deudores por la redención de sus vales promocionales y medios de pago aceptados en los establecimientos. A 31 de diciembre de 2010 el saldo de esta cuenta asciende a 21.615 miles de euros. El incremento durante el ejercicio 2010 en 7.339 miles de euros corresponde fundamentalmente a la aceptación como medio de pago de tickets restaurante en los establecimientos comerciales del Grupo DIA en Francia, importes que deben de ser reintegrados por las compañías emisoras de estos tickets (Este incremento responde a que desde 2010 la legislación francesa permite este medio de pago en supermercados).

La disminución del saldo en 3.883 miles de euros durante 2009 responde principalmente al efecto neto del cobro de 5.943 de créditos por enajenación de inmovilizado en Francia y del incremento en 2.092 miles relativos principalmente a redención de vales promocionales y otros medios de pago aceptados en los establecimientos comerciales.

Otros activos

Este epígrafe recoge principalmente el importe de pagos anticipados por arrendamientos operativos, principalmente en Francia, así como periodificaciones de primas de seguros y periodificaciones del reconocimiento de las fianzas entregadas por arrendamientos a su valor actual. A 31 de diciembre de 2010 el saldo de esta cuenta ascendía a 11.097 miles de euros.

La disminución de 12.278 miles de euros en 2010 se debe principalmente a un cambio en la operativa de facturación con los arrendadores de establecimientos comerciales en Francia, relativa al momento en que se realiza la facturación de estos alquileres.

En 2009 los saldos de esta cuenta no experimentan variaciones significativas (un aumento de 1.351 miles de euros).

Efectivo y otros activos líquidos equivalentes

Dentro de este epígrafe se encuentran recogidos el efectivo en caja y cuentas bancarias, depósitos a la vista y otras inversiones de gran liquidez con vencimientos a un plazo inferior a tres meses. A 31 de diciembre de 2010, el importe de este epígrafe asciende a 316.842 miles de euros.

El punto 20.1.5 incluye un detalle del estado de flujos de efectivo durante los ejercicios 2010, 2009 y 2008.

Activos no corrientes mantenidos para la venta

La disminución del saldo de esta cuenta en 2010 en 110.627 miles de euros corresponde principalmente a la enajenación de los activos de la sociedad DIA Hellas A.E., que fue adquirida por la sociedad del grupo Carrefour, Carrefour Marinopoulus, A.E. Esta enajenación generó una plusvalía de 87.734 miles de euros, recogida en la cuenta de "*Beneficio después de impuestos de las actividades interrumpidas*" de la cuenta de resultados consolidada.

Paralelamente, el incremento del saldo en 2009 por 100.968 miles de euros responde al efecto neto de i) la incorporación a este epígrafe de los activos de la mencionada sociedad DIA Hellas A.E. (en el ejercicio 2009 se tomó la decisión de cesar la actividad del Grupo en Grecia, y por tanto la venta de la sociedad DIA Hellas, A.E.; clasificándose los activos y pasivos asociados como mantenidos para la venta) y ii) las bajas de algunos activos de Twins Alimentación, S.A.U. y de Pe-Tra Servicios a la Distribución, S.L.U.

Para mayor información, referir a la sección 5.2 del presente Documento de Registro.

Patrimonio neto atribuido a tenedores de instrumentos de la dominante

Durante el ejercicio 2010, el patrimonio neto atribuible a la sociedad dominante se reduce con respecto al 2009 en 380.822 miles de euros, motivado principalmente por el efecto conjunto de:

- El resultado neto del ejercicio 2010, que asciende a 122.149 miles de euros.
- Distribución de dividendos de 532.000 miles de euros.
- Variaciones de participaciones en Sociedades dependientes (DIA Hellas A.E.) que produce en efecto positivo de 21.368 miles de euros.
- Diferencia de conversión positiva de estados financieros de negocios en el extranjero por importe de 2.916 miles de euros.
- Emisión de pagos basados en acciones de Carrefour S.A. por importe de 5.005 miles de euros a empleados del Grupo DIA.

Durante el ejercicio 2009 el patrimonio neto atribuible a la sociedad dominante aumenta con respecto al 2008 en 63.209 miles de euros, motivado principalmente por el efecto conjunto de:

- El resultado neto del ejercicio 2009, que asciende a 124.008 miles de euros.
- La distribución de 75.000 miles de euros de dividendos a los socios.
- Diferencia de conversión positiva de estados financieros de negocios en el extranjero por importe de 13.887 miles de euros.
- Emisión de pagos basados en acciones de Carrefour S.A. por importe de 6.778 miles de euros a empleados del Grupo DIA y cancelación de estos pagos por importe de 698 miles de euros.
- Variaciones (impacto negativo) de participaciones en sociedades dependientes por importe de 5.499.

Adicionalmente, en el ejercicio 2009 el Grupo DIA (a través de la sociedad dominante) adquirió el 12,60% de Beijing DIA Comercial Co. Ltd., incrementando su participación al 100%. La contraprestación en efectivo pagada a los propietarios de la participación de la dominante en esta sociedad que ascendió a 2.334 miles de euros se registró como una reducción del patrimonio neto.

El capital social de DIA durante estos tres ejercicios se ha mantenido constante, y está compuesto por 648.717 acciones ordinarias de 6,01 euros de valor nominal por cada acción, que se encuentran totalmente suscritas y desembolsadas.

Lo mismo ocurre con la prima de emisión, generada principalmente en el ejercicio 2004, como consecuencia de una ampliación de capital, totalmente suscrita y desembolsada por la entidad francesa Erteco SAS.

Un mayor detalle del patrimonio neto se muestra en la sección 20.1.4 del presente Documento de Registro.

Participaciones no dominantes

A 31 de diciembre de 2010 este saldo corresponde a la participación no dominante en Dia Sabanci Supermarketleri Ticaret Anonim Siketi (Turquía) (por importe de (7.794) miles de euros). A 31 de diciembre de 2009 incluye la participación en la sociedad recién mencionada (por (4.171) miles de euros) y en DIA Hellas, A.E. (importe de (2.071) miles de euros). A 31 de diciembre de 2008 incluye las participaciones de estas dos sociedades mencionadas por importes respectivamente de 272 miles de euros y (273) miles de euros, y la participación no dominante en la sociedad Beijing DIA Comercial Co. Ltd por importe de (3.185) miles de euros.

La bajada de saldo de este epígrafe en 2010 en 1.552 miles de euros se explica fundamentalmente por la baja del importe de las participaciones no dominantes de DIA Hellas A.E. (debido a la salida del perímetro de consolidación de dicha sociedad, por la enajenación de las participaciones a Carrefour Marinopoulos, A.E.). Esta salida ha impactado positivamente este epígrafe en 2.071 miles de euros pero no ha podido compensar el impacto negativo de 3.576 miles de euros del resultado negativo de ese periodo de Dia Sabanci Supermarketleri Ticaret Anonim Siketi (Turquía).

La disminución en el ejercicio 2009 en 3.056 miles de euros responde, fundamentalmente, al resultado negativo atribuible a Dia Sabanci Supermarketleri Ticaret Anonim Siketi y Dia Hellas A.E., por importes de 4.424 y 1.798 miles de euros, respectivamente, que no han podido ser compensados con la adquisición de un porcentaje de la sociedad Beijing DIA Comercial Co. Ltd en ese ejercicio por importe de 3.185 miles de euros.

Pasivos no corrientes

Deuda financiera no corriente

Ver detalles de deuda financiera en el epígrafe 10.1 del presente Documento de Registro.

Provisiones

El epígrafe de provisiones recoge, principalmente, las provisiones por retribuciones a largo plazo al personal por planes de prestación definida y provisiones fiscales, legales y sociales (éstas últimas por importe de 176.038 miles de euros a 31 de diciembre de 2010).

En el ejercicio 2010 la provisión ha aumentado por importe de 8.238 miles de euros debido principalmente a la dotación del acta fiscal firmada en conformidad de DIA por el ejercicio 2007 de 3.859 miles de euros, a la dotación de intereses de demora por el resto de expedientes fiscales de DIA por 5.319 miles de euros y por las aplicaciones y reversiones habidas en el ejercicio.

En el ejercicio 2009 el saldo de esta cuenta se ha visto disminuído en 16.772 miles de euros. Esta reducción responde principalmente al efecto neto de, registrar provisiones por actas fiscales, y legales (entre las que destaca una por intereses por actas de inspección por importe de 11.909 miles de euros), la aplicación de provisiones fiscales, legales y sociales (entre las que destaca una de 8.531 miles de euros por el acta por Impuesto sobre sociedades del año 1992 pagada por la sociedad dominante en el ejercicio) y reversiones de provisiones (entre las que destaca una por importe de 20.904 miles de euros correspondiente a la resolución a favor del Grupo de actas fiscales del Impuesto sobre Sociedades de los años 1991 y 1993).

Impuestos diferidos de pasivo

Durante el ejercicio 2010, los impuestos diferidos de pasivo se mantuvieron en niveles similares a los del 2009.

Durante el ejercicio 2009, los impuestos diferidos de pasivo aumentaron en 6.507 miles de euros, principalmente por el impacto de 6.078 miles de euros, relativos a una variación de provisión por contratos onerosos en España.

Pasivos corrientes

Deuda financiera corriente

Ver detalles de deuda financiera en el epígrafe 10.1 del presente Documento de Registro.

Acreedores comerciales y otras cuentas a pagar

- *Acreedores comerciales y otras cuentas a pagar con empresas del Grupo.*

En esta partida se refleja principalmente la deuda que presenta la sociedad dominante con Carrefour, S.A., por los servicios prestados por ésta.

- *Otros acreedores comerciales y cuentas a pagar*

En este epígrafe se presenta el valor de saldos con proveedores y acreedores, principalmente por el valor de los pasivos comerciales con suministradores de mercancías y de servicios.

<i>(miles de euros)</i>	2010	2009	2008	Var. 10-09	Var. 09-08
Proveedores	1.534.101	1.434.974	1.565.632	7%	-8%
Anticipos de proveedores	-	3.413	4.014	n.a	-15%
Acreedores	180.314	169.599	165.487	6%	2%
Total	1.714.415	1.607.986	1.735.133	7%	-7%

En el ejercicio 2010 el saldo de este epígrafe aumenta en 106.429 miles de euros, fundamentalmente como consecuencia del incremento de la cuenta de proveedores en 99.127 miles de euros, como resultado de la evolución de las compras y consumos de mercancías y por un ligero aumento del período medio de pago (73 días en 2010 y 71 días en 2009 considerando únicamente los proveedores y anticipos de proveedores, y excluyendo acreedores).

En el ejercicio 2009, por el contrario, este epígrafe muestra una disminución de saldo de 127.147 miles de euros que, principalmente, es el efecto conjunto de una disminución del saldo de proveedores de 130.658 miles de euros y un incremento en la cuenta de acreedores de 4.112 miles de euros. Los saldos de proveedores se han visto reducidos como consecuencia de menores niveles de compras (reducción del 1% en el ejercicio) y un acortamiento del período medio de pago (71 días en 2009 y 77 días en 2008 considerando únicamente los proveedores y anticipos de proveedores, y excluyendo acreedores). (Ver comentarios sobre el capital circulante operativo en la sección 10.2). En relación a las variaciones de acreedores, las mismas obedecen al curso habitual del negocio, no habiéndose producido modificaciones significativas en las condiciones de pago a los acreedores comerciales.

Refinanciación de los créditos al consumo

En este epígrafe se incluyen las líneas de crédito de entidades financieras utilizadas por la sociedad financiera Finandía, como medio de refinanciación de los préstamos que concede a terceros. La disminución en el ejercicio 2010 y 2009 por importes de 1.534 y 2.709 miles de euros, respectivamente, responde fundamentalmente a la menor necesidad de fuentes de financiación ajenas durante estos ejercicios, como consecuencia de los recursos propios disponibles y las inferiores inversiones crediticias a financiar.

Pasivos por impuestos corrientes

Durante el ejercicio 2010, los pasivos por impuestos corrientes aumentaron en 6.322 miles de euros, como consecuencia principalmente del aumento de los saldos de "Hacienda Pública acreedora por IVA" por importe de 5.643 miles de euros, explicada parcialmente por la subidas de los tipos impositivos en Portugal y en España.

Durante el ejercicio 2009, los pasivos por impuestos corrientes de pasivo se mantuvieron sin variaciones significativas.

Pasivos por impuestos sobre ganancias corrientes

Este epígrafe refleja el importe a pagar relativo al impuesto sobre las ganancias. El incremento de saldo en los ejercicios 2010 y 2009 por importes de 11.133 miles de euros y 7.252 miles de euros respectivamente.

En el ejercicio 2010, el incremento se explica fundamentalmente por el incremento de los saldos de la hacienda pública acreedoras de DIA, al incremento de la tasa impositiva en Portugal, y a que las sociedades DIA Brasil y DIA Argentina comienzan a pagar impuestos.

En el ejercicio 2009, gran parte de este incremento se explica por el hecho de que en este ejercicio Twins Alimentación, S.A.U. comienza a obtener resultados positivos (anteriormente negativos, compensados con los del Grupo).

Otros pasivos financieros

El detalle de otros pasivos financieros se desglosa en la siguiente tabla:

<i>(miles de euros)</i>	2010	2009	2008	Var. 10-09	Var. 09-08
Personal	124.607	119.905	119.383	4%	0%
Proveedores de inmovilizado	83.221	85.267	91.215	-2%	-7%
Otros pasivos corrientes	30.709	19.209	16.841	60%	14%
Total	238.537	224.381	227.439	6%	-1%

En el ejercicio 2010, el saldo de esta cuenta se vio incrementado en 14.156 miles de euros, como consecuencia principalmente del aumento de otros pasivos corrientes en concepto de pagos a subarrendatarios de establecimientos comerciales por cobros realizados por cuenta ajena (p.ej. espacios de frutería y carnicería), dado el cambio en la fecha de pago y cancelación de saldos con los mismos.

En el ejercicio 2009, la disminución de este epígrafe en 3.058 miles de euros responde fundamentalmente a la disminución de proveedores de inmovilizado, en línea con la reducción en las inversiones de activos fijos.

Pasivos directamente asociados con activos no corrientes mantenidos para la venta

La disminución del saldo de esta cuenta en 2010 en 111.761 miles de euros corresponde principalmente a la enajenación de los pasivos asociados a los activos de la sociedad DIA Hellas A.E., que fue vendida a la sociedad del grupo Carrefour, Carrefour Marinopoulos; A.E. en este ejercicio.

Paralelamente, el incremento del saldo en 2009 por 89.523 miles de euros responde principalmente a los pasivos de la sociedad DIA Hellas A.E., dado que en el ejercicio 2009 el Grupo DIA decidió desprenderse de esta sociedad, clasificando sus pasivos como mantenidos para la venta.

20.1.2 Cuentas de resultados consolidados de los ejercicios anuales finalizados a 31 de diciembre de 2010, 2009 y 2008

A continuación se presentan las cuentas de resultados consolidados auditadas de los ejercicios anuales terminados a 31 de diciembre de 2010, 2009 y 2008 preparados bajo NIIF-UE, indicando las variaciones interanuales.

<i>(miles de euros)</i>	2010	2009	2008	Var. 10-09	Var. 09-08
Ventas	9.588.045	9.226.629	9.239.835	3,9%	-0,1%
Otros ingresos	84.951	66.145	64.439	28,4%	2,6%
Total ingresos	9.672.996	9.292.774	9.304.274	4,1%	-0,1%
Consumo de mercaderías y otros consumibles	(7.652.306)	(7.362.978)	(7.417.116)	3,9%	-0,7%
Gastos de personal	(796.007)	(794.234)	(771.859)	0,2%	2,9%
Gastos de explotación	(776.408)	(718.232)	(759.600)	8,1%	-5,4%
Amortizaciones y deterioro	(269.873)	(233.644)	(224.520)	15,5%	4,1%
Resultados procedentes de inmovilizado	(40.359)	(8.248)	12.305	n/a	n/a
Resultados de explotación	138.043	175.438	143.484	-21,3%	22,3%
Ingresos financieros	5.945	2.461	5.351	n/a	-54,0%
Gastos financieros	(18.628)	(14.183)	(26.812)	31,3%	-47,1%
Resultado de sociedades por el método de participación	(600)	(334)	42	n/a	n/a
Beneficio antes de impuestos de actividades continuadas	124.760	163.382	122.065	-23,6%	33,8%
Impuesto sobre beneficios	(87.207)	(36.606)	(39.580)	n/a	-7,5%
Beneficio después de impuestos de las actividades continuadas	37.553	126.776	82.485	-70,4%	53,7%
Beneficio (pérdida) después de impuestos de las actividades interrumpidas	79.341	(8.990)	(7.967)	n/a	12,8%
Beneficio neto	116.894	117.786	74.518	-0,8%	58,1%
Beneficio del ejercicio atribuible a tenedores de instrumentos de patrimonio neto de la dominante	122.149	124.008	82.078	-1,5%	51,1%
Beneficio de las actividades continuadas	41.129	131.200	88.453	-68,7%	48,3%
Perdidas de las actividades interrumpidas	81.020	(7.192)	(6.375)	n/a	12,8%
Resultado de actividades continuadas atribuido a participaciones no dominantes	(3.576)	(4.424)	(5.968)	-19,2%	-25,9%
Resultado de actividades interrumpidas atribuido a participaciones no dominantes	(1.679)	(1.798)	(1.592)	-6,6%	12,9%
Ganancias por acción básicas y diluidas, en euros					
Beneficio de las actividades continuadas	63	202	136	-68,8%	48,5%
Beneficio (pérdida) de las actividades interrumpidas	125	(11)	(10)	n/a	10,0%
Beneficio del ejercicio	188	191	126	-1,6%	51,6%

Comentarios a las variaciones más significativas de las principales magnitudes de las cuentas de resultados consolidados bajo NIIF-UE (2010-2008)

Seguidamente se detallan las variaciones más significativas experimentadas en las principales magnitudes de las cuentas de resultados consolidados del Grupo DIA (Ver información más detallada por segmentos en sección 9.2.2.):

- **Ventas:** El importe de las ventas en el ejercicio 2010 asciende a 9.588.045 miles de euros y registra un aumento de 361.416 miles de euros, esto es, del 3,9% con respecto a los 9.226.629 miles de euros que el Grupo alcanzó en el ejercicio 2009. Esta variación es el efecto neto entre (i) una disminución de las ventas en Francia e Iberia (reducciones de 158.507 y 4.801 miles de euros, respectivamente, que suponen una disminución de 5,9% y 0,1%, respectivamente) y (ii) un aumento de las ventas registradas en los países emergentes (incremento de 524.724 miles de euros o del 32,7%).

El incremento en los países emergentes se debe a la positiva evolución de las ventas de los establecimientos con más de un año de vida (incrementos de ventas del 13,4%) y a los abiertos en el ejercicio 2010 (201 establecimientos “CO-CO” y 240 franquiciados).

En el ejercicio 2009 las ventas ascendieron a 9.226.629 miles de euros, un 0,1% inferior al ejercicio 2008. Ello se debe fundamentalmente a una disminución de las ventas en Francia e Iberia (reducciones de 141.140 y 83.005 miles de euros, respectivamente, que representan disminuciones de 5,0% y 1,7% respectivamente con respecto al 2008) parcialmente compensado por la positiva evolución registrada en los países emergentes (incremento de 210.939 miles de euros que representa un aumento del 15,1% con respecto al 2008).

- **Otros ingresos:** El importe de “Otros ingresos” se incrementa en los ejercicios 2010 y 2009 con respecto al ejercicio precedente como consecuencia de: (i) la refacturación de los gastos de alquiler de los establecimientos “CO-CO” que se traspasan a franquiciados (344 y 145 establecimientos se traspasan en el ejercicio 2010 y 2009 respectivamente) y (ii) por el aumento de las penalizaciones impuestas a los proveedores, relativas al rechazo por parte de DIA de sus productos cuando no son acordes a los estándares de calidad impuestos por el Grupo, o bien penalizaciones por retrasos en la entrega, y establecidos por contrato. En el ejercicio 2008, los anteriores efectos se ven parcialmente compensados por la reducción de ingresos en el segmento Iberia motivados por el cese de sub-arriendo de espacios en establecimientos.

- **Consumo de mercaderías y otros consumibles:** El importe del Consumo de mercaderías y otros consumibles se mantuvo en el 79,8% de las ventas en 2010 y en 2009 incrementándose en 289.328 miles de euros (3,9%) hasta los 7.652.306 miles de euros desde los 7.362.978 miles de euros en el ejercicio 2009. Este aumento se debe principalmente al mayor volumen de compras en los países emergentes parcialmente compensado por los segmentos Iberia y Francia donde la contención de los costes de compras de mercancías está principalmente vinculada a la buena gestión y negociación de las compras.

En el ejercicio 2008 representó el 80,3% de las ventas, este coste superior se debió principalmente a los costes en países emergentes consecuencia de la fase inicial de crecimiento en la que se encuentran y que la capacidad negociadora del Grupo en estos países era algo inferior a su capacidad en España, Francia y Portugal.

El desglose de las partidas incluidas en este epígrafe se muestra a continuación:

<i>(miles de euros)</i>	2010	2009	2008	Var. 10-09	Var. 09-08
Compras de mercaderías y otros consumibles netas	7.182.887	6.905.630	6.960.429	4,0%	-0,8%
Costes logísticos	467.200	454.100	452.000	2,9%	0,5%
Otros	2.219	3.248	4.687	-31,7%	-30,7%
Consumo de mercaderías y otros consumibles	7.652.306	7.362.978	7.417.116	3,9%	-0,7%

Las compras de mercaderías y otros consumibles netas consideran las compras y variaciones de existencias, los rappeles, otros descuentos.

Los costes logísticos consideran los costes operativos de los almacenes que opera el grupo (gastos de personal, costes de explotación y amortización).

Otros considera las diferencias de cambio asociadas a las compras de mercancías y los costes de los productos vendidos por la sociedad financiera (Finandia, E.F.C., S.A.U.).

- **Gastos de personal:** El importe de los gastos de personal aumentó en términos absolutos en los ejercicios 2010 y 2009 con respecto a los ejercicios precedentes (8,3%, 8,6% y 8,4% en términos de ventas en 2010, 2009 y 2008 respectivamente).

Los principales motivos de las variaciones son los siguientes:

- (i) incremento del coste medio por empleado por la actualización salarial en cada país,
- (ii) evolución del número medio de empleados:

	2010	2009	2008	Var. 10-09	Var. 09-08
Número medio de empleados	45.489	46.883	46.641	-3,0%	0,5%

- a. incremento de empleados derivado de la apertura de nuevos establecimientos "CO-CO" en Países Emergentes (201 y 105 nuevos establecimientos "CO-CO" en 2010 y 2009 respectivamente) y en Iberia y Francia (42 y 57 nuevos establecimientos "CO-CO" en 2010 y 2009 respectivamente),
- b. incremento del número de empleados en los establecimientos "DIA Market" y "DIA Maxi",

Si bien los anteriores incrementos se ven parcialmente y totalmente compensados en el ejercicio 2009 y 2010 respectivamente por:

- c. el traspaso de establecimientos “CO-CO” a franquicias “CO-FO” (344 y 145 establecimientos fueron traspasados en 2010 y 2009) que supuso un ahorro de costes de personal ya que estos pasan a ser soportados por los franquiciados,
- d. adicionalmente, en el ejercicio 2010 el impacto de la reorganización de las tareas de trabajo en los establecimientos y en los almacenes para aumentar la eficiencia y productividad.

- **Gastos de explotación:** El importe de los gastos de explotación se incrementaron en términos absolutos en el ejercicio 2010 con respecto al ejercicio 2009 si bien se redujeron en 2009 con respecto al ejercicio 2008. En términos de ventas representaron el 8,1%, 7,8% y el 8,2% en los ejercicios 2010, 2009 y 2008 respectivamente.

A continuación se muestra un detalle la partida Gastos de explotación:

(miles de euros)	2010	2009	2008	Var. 10-09	Var. 09-08
Reparación y mantenimiento	70.555	71.139	68.073	-0,8%	4,5%
Suministros	106.672	104.344	95.780	2,2%	8,9%
Honorarios	40.843	36.399	37.450	12,2%	-2,8%
Publicidad	53.255	51.602	50.819	3,2%	1,5%
Tributos	38.438	47.911	49.507	-19,8%	-3,2%
Primas de seguro	9.268	10.023	10.052	-7,5%	-0,3%
Otros gastos generales	146.820	138.620	134.779	5,9%	2,8%
Gastos generales	465.851	460.038	446.460	1,3%	3,0%
Alquileres	282.178	269.674	258.030	4,6%	4,5%
Otros gastos e ingresos por reestructuración	28.379	(11.480)	55.110	n/a	n/a
Total de gastos de explotación	776.408	718.232	759.600	8,1%	-5,4%
<i>En términos de ventas</i>	<i>8,1%</i>	<i>7,8%</i>	<i>8,2%</i>	<i>0,3pp</i>	<i>-0,4pp</i>

- o A finales del ejercicio 2009 se puso en marcha un programa de reducción de costes, originado por el incremento experimentado en el 2009 con respecto al ejercicio 2008 (Ver sección 9.2.2.). Este programa ha permitido parcialmente compensar los incrementos de gastos generales en los países emergentes.

Tal y como se explicaba en la sección 9.2.2 en el segmento Francia hay que considerar la reclasificación de una tasa (CVAE, Cotisation sur la Valeur Ajoutée des Entreprises) de la línea de “Tributos” al epígrafe de “Impuestos sobre beneficios” por importe de aproximadamente 7.300 miles de euros en el ejercicio 2010.

La partida “Honorarios” incluye los gastos por auditoría, abogados y otros servicios prestados por profesionales independientes.

La partida de “Otros gastos generales” incluye principalmente los servicios prestados por las compañías de transportes de fondos, servicios de vigilancia, gastos de desplazamiento, así como los correspondientes a los servicios de consultoría prestados por el grupo Carrefour.

- El gasto por alquileres se incrementa en los tres ejercicios principalmente por: (i) el incremento de establecimientos alquilados en los países emergentes (en torno a 200 y 100 establecimientos en el 2010 y 2009 respectivamente) como consecuencia del proceso de expansión en el que se encuentra este segmento y (ii) incremento del coste de alquiler en Francia en el ejercicio 2009 relativo al índice de precios de la construcción, al que están referenciados los alquileres del país (aproximadamente 7.300 miles de euros).
- Los costes de reestructuración relacionados con los planes de DIA para la reorganización y mejora de la eficiencia y productividad ascendieron a 28.379 miles de euros en el ejercicio 2010 (principalmente en España) frente a un ingreso neto de 11.480 miles de euros en el ejercicio 2009.

El ejercicio 2009 incluye la reversión de una provisión dotada en ejercicios anteriores por importe de 12.957 miles de euros, para hacer frente a costes relativos al cierre de los establecimientos Plus adquiridos en España en diciembre de 2007. Finalmente dichos costes fueron inferiores a los previstos y se revirtió el exceso de provisión.

El ejercicio 2008 incluye principalmente los costes y pérdidas de los establecimientos cerrados (establecimientos Plus en España), así como los costes operativos en el periodo de transformación de los establecimientos a las nuevas enseñas "DIA Maxi" y "DIA Market" en Iberia. Adicionalmente en el ejercicio 2008 se han registrado gastos por importe de 21.644 miles de euros en Francia principalmente por una provisión de pago sobre un contencioso por el cálculo del IVA.

- **Amortizaciones y deterioro:** Los gastos por amortizaciones y deterioro incluyen básicamente: (i) la asignación sistemática del coste de los activos durante su vida útil e (ii) impacto de los test de deterioro relativo a establecimientos. A continuación se muestra un desglose entre amortizaciones y deterioro:

(miles de euros)	2010	2009	2008	Var 10-09	Var 09-08
Amortización	261.873	234.518	218.216	11,7%	7,5%
Deterioro	8.000	(874)	6.304	n/a	n/a
Amortización y deterioro	269.873	233.644	224.520	15,5%	4,1%

El gasto por amortización se incrementa en 2010 y 2009 con respecto al ejercicio anterior. Este aumento es consecuencia de:

- (i) incremento del coste de los activos con motivo de las transformaciones de establecimientos a los formatos "DIA Market" y "DIA Maxi" (453 y 538 establecimientos en 2010 y 2009, respectivamente), (ii) apertura de nuevos establecimientos "CO-CO" (243 y 162 establecimientos en 2010 y 2009, respectivamente) y (iii), la reestimación de la vida útil en el ejercicio 2010 de los activos afectos a los establecimientos ED en los que se llevará a cabo la transformación a los formatos DIA con un impacto de 16.000 miles de euros.

Las variaciones del deterioro son como consecuencia de:

- El deterioro en el ejercicio 2010 corresponde principalmente a los segmentos Iberia y Países Emergentes, 10.155 miles de euros, parcialmente compensado por el segmento Francia, ingreso de 2.155 miles de euros. Los ingresos, tanto en Francia en 2010 como en 2009 (874 miles de euros) corresponden a la reversión del test de deterioro asignado a los establecimientos cerrados durante el periodo.
- En el 2008 el Grupo registró una pérdida por deterioro de valor de establecimientos por 6.304 miles de euros, atribuible a Francia.

- **Resultados procedentes de inmovilizado:** Esta partida recoge las plusvalías y minusvalías derivadas de los cierres y transformaciones de establecimientos.

Durante 2010 el Grupo DIA ha incurrido en minusvalías principalmente por la transformación de establecimientos ("CO-CO") a los nuevos formatos por importe de 40.359 miles de euros en Francia e Iberia principalmente. En 2009 éstas ascendieron a 8.248 miles de euros.

Estos costes fueron más significativos en Francia (24.650 miles de euros en 2010 frente a plusvalías por importe de 1.445 miles de euros en el ejercicio 2009) como consecuencia de la transformación de 203 establecimientos ("CO-CO") del antiguo formato ED al formato DIA. El resto hace principalmente referencia a la transformación a "DIA Maxi" y "DIA Market" en Iberia.

En el ejercicio 2008, sin embargo se obtuvo un ingreso neto de 12.305 miles de euros, ya que se obtuvieron unas plusvalías por la venta de almacenes en España, que posteriormente fueron arrendados por importe de 20.652 miles de euros. Este ingreso está parcialmente compensado por unas minusvalías generadas en la transformación y cierre de establecimientos en el segmento Iberia.

- **Resultado de explotación:** en el ejercicio 2010 éste se reduce 0,5 puntos porcentuales en términos de ventas pasando de representar el 1,9% en el ejercicio 2009 al 1,4% en el ejercicio 2010.

- Esta reducción viene motivada principalmente por: (i) el incremento de la amortización por la reestimación de la vida útil en Francia y transformaciones de establecimientos tanto en Francia como Iberia (0,2 puntos porcentuales), (ii) el test de deterioro en Iberia (0,1 puntos porcentuales), (iii) los resultados procedentes de inmovilizado (0,2 puntos porcentuales), (iv) el impacto negativo de los costes de reestructuración (0,4 puntos porcentuales);

parcialmente compensado por,

(i) los ahorros en gastos de explotación excluyendo los costes de reestructuración (0,1 puntos porcentuales) y (ii) los ahorros en gastos de personal (0,3 puntos porcentuales).

En el ejercicio 2009 el resultado de explotación se incrementó 0,3 puntos porcentuales con respecto al ejercicio 2008 como consecuencia principalmente de ahorros en consumo de mercaderías y otros consumibles (0,5 puntos porcentuales) parcialmente compensado por un incremento de la amortización (0,2 puntos porcentuales). El incremento de la amortización deriva tanto de las transformaciones como de los nuevos establecimientos.

Se producen adicionalmente una serie de impactos con efectos contrarios que prácticamente se compensan: (i) incremento de rentabilidad por los gastos de explotación como consecuencia de otros gastos e ingresos por reestructuración en 0,2 puntos porcentuales, sin bien, de excluir estos se hubiera producido una pérdida de rentabilidad de 0,5 puntos porcentuales y (ii) una pérdida de rentabilidad derivada de los test de deterioro y resultados procedentes de inmovilizado de 0,2 puntos porcentuales.

- **Ingresos financieros:** el principal incremento en el ejercicio 2010 se debe al efecto positivo de las diferencias de cambio netas, atribuible mayoritariamente a la favorable evolución del Yuan Chino. En 2009 sin embargo, hay un menor ingreso principalmente debido al menor rendimiento obtenido de sus saldos financieros.

- **Gastos financieros:** el principal motivo del incremento en el ejercicio 2010 con respecto al ejercicio anterior es atribuible al segmento de Países Emergentes como consecuencia de la necesidad de financiación para hacer frente a la fase de expansión en la que se encuentran. Sin embargo, en el ejercicio 2009 se produce una reducción con respecto al ejercicio anterior por la positiva evolución de la mayoría de los índices a los que están referenciados los elementos de financiación del Grupo DIA y la reducción de la deuda financiera.

Adicionalmente en el ejercicio 2008 se registraron intereses de demora por provisiones fiscales en Francia por importe de aproximadamente 5.800 miles de euros.

- **Resultado de sociedades por el método de participación:** El impacto negativo de 600 y 334 miles de euros y positivo de 42 miles de euros corresponde a los resultados de la sociedad SAS Proved imputables al Grupo DIA de los ejercicios 2010, 2009 y 2008.

- **Beneficio antes de impuestos de actividades continuadas:** como consecuencia de lo anterior, el beneficio antes de impuestos de actividades continuadas ascendió a 124.760, 163.382 y 122.065 miles de euros en los ejercicios 2010, 2009 y 2008 respectivamente.

En términos de ventas supone el 1,3%, 1,8% y 1,3% en los ejercicios 2010, 2009 y 2008 respectivamente.

- **Impuesto sobre beneficios:** el tipo efectivo a 31 de diciembre de 2010 es del 69,9% frente al 22,4% a 31 de diciembre de 2009, lo que representa un incremento del 47,5%. El principal incremento del tipo efectivo se ha producido en España y en Francia.

En España, principalmente como consecuencia de la provisión del impuesto sobre beneficios por las operaciones vinculadas de los ejercicios 2004 al 2007 incluido su efecto financiero y sanciones (Dotación a la provisión del Acta de los ejercicios 2004 a 2006 y del Acta del ejercicio 2007). En Francia, tal y como se ha comentado anteriormente, en el ejercicio 2010 se ha reclasificado una tasa (CVAE- *Cotisation sur la Valeur Ajoutée des Entreprises*) de la línea de “Tributos” (incluida en el epígrafe “Gastos de explotación”) al epígrafe de “Impuestos sobre beneficios” por importe de 7.300 miles de euros en el ejercicio 2010.

Adicionalmente, el tipo nominal en Portugal del impuesto sobre beneficios se ha incrementado 2,5% en 2010.

El tipo efectivo del Grupo DIA es del 32,4% a 31 de diciembre de 2008 principalmente por el efecto en Francia en 2008 de una provisión fiscal por importe de 27.230 miles de euros que si bien reduce el resultado contable, no es deducible a efectos del impuesto sobre beneficios, lo cual conlleva un incremento del tipo efectivo en 2008.

- ***Beneficio (pérdida) después de impuestos de las actividades interrumpidas:*** esta partida incluye: (i) los resultados de las operaciones de la sociedad DIA Hellas A.E. hasta su venta en julio de 2010 a la sociedad Carrefour Marinopoulos A.E. (Ver Sección 20.1.1) que fueron una pérdida de 8.393 miles de euros (pérdida de 8.990 y 7.967 miles de euros en 2009 y 2008, respectivamente) y (ii) la plusvalía de la venta de dicha sociedad que asciende a 87.734 miles de euros en julio de 2010 (ver Sección 20.1.1).

- ***Beneficio neto:*** como resultado de los factores descritos anteriormente, el beneficio neto del Grupo DIA fue de 116.894, 117.786 y 74.518 miles de euros respectivamente. En términos de ventas representa el 1,2%, 1,3% y 0,8% en los ejercicios 2010, 2009 y 2008 respectivamente.

- ***Resultado del ejercicio atribuible a participaciones no dominantes:*** el resultado atribuible a participaciones no dominantes asciende a una pérdida de 5.255, 6.222 y 7.560 miles de euros en los ejercicios 2010, 2009 y 2008 respectivamente. Estos resultados son atribuibles a participaciones no dominantes relativas a filiales en Turquía y Grecia, así como DIA Shanghai en el ejercicio 2008. Los resultados de Grecia se presentan como actividades interrumpidas en la cuenta de resultados consolidada del Grupo DIA de cada ejercicio.

20.1.3 Estados del resultado global consolidados

A continuación se presentan los estados de resultado global consolidados auditados de los ejercicios anuales terminados a 31 de diciembre de 2010, 2009 y 2008 preparados bajo NIIF-UE.

<i>(miles de euros)</i>	2010	2009	2008
Beneficio neto del ejercicio	116.894	117.786	74.518
<u>Otro resultado global:</u>			
Diferencias de conversión de estados financieros de negocios en el extranjero	2.869	13.868	(17.435)
Coberturas de flujos de efectivo	106	(381)	1.217
Efecto impositivo	(32)	114	(365)
Transferencias a la cuenta de resultados consolidada	2.943	13.601	(16.583)
Resultado global total del ejercicio, neto de impuestos	119.837	131.387	57.935
Atribuido a:			
Tenedores de instrumentos de patrimonio neto de la dominante	125.139	137.628	66.423
Participaciones no dominantes	(5.302)	(6.241)	(8.488)
	119.837	131.387	57.935

20.1.4 Estados de cambios en el patrimonio neto consolidados a 31 de diciembre de 2010, 2009 y 2008

A continuación se incluye el estado de cambios en el patrimonio neto consolidado auditado del Grupo DIA a 31 de diciembre de 2010, 2009 y 2008.

<i>(miles de euros)</i>	Patrimonio atribuido a los tenedores de instrumentos de patrimonio neto de la dominante							Participaciones no dominantes	Total patrimonio neto
	Capital escriturado	Prima de emisión	Reservas y resultado acumulado	Cobertura de flujos de efectivo	Diferencias de conversión	Otras aportaciones de socios	Patrimonio neto atribuido a la sociedad dominante		
Al 1 de enero de 2008	3.899	848.533	(113.922)	(679)	4.620	-	742.451	5.302	747.753
Resultado neto del ejercicio	-	-	82.078	-	-	-	82.078	(7.560)	74.518
Otro resultado global del ejercicio, neto de impuestos	-	-	322	852	(16.829)	-	(15.655)	(928)	(16.583)
Diferencias de conversión de estados financieros de negocios	-	-	322	-	(16.829)	-	(16.507)	(928)	(17.435)
Cobertura de flujos de efectivo	-	-	-	852	-	-	852	-	852
Resultado global total del ejercicio	-	-	82.400	852	(16.829)	-	66.423	(8.488)	57.935
Operaciones con socios o propietarios	-	-	(70.000)	-	-	7.170	(62.830)	-	(62.830)
Distribución de dividendos	-	-	(70.000)	-	-	-	(70.000)	-	(70.000)
Emisión de pagos basados en acciones	-	-	-	-	-	7.170	7.170	-	7.170
Otros movimientos	-	-	1.852	-	-	-	1.852	-	1.852
Al 31 de diciembre de 2008	3.899	848.533	(99.670)	173	(12.209)	7.170	747.896	(3.186)	744.710
Resultado neto del ejercicio	-	-	124.008	-	-	-	124.008	(6.222)	117.786
Otro resultado global del ejercicio, neto de impuestos	-	-	-	(267)	13.887	-	13.620	(19)	13.601
Diferencias de conversión de estados financieros de negocios	-	-	-	-	13.887	-	13.887	(19)	13.868
Cobertura de flujos de efectivo	-	-	-	(267)	-	-	(267)	-	(267)
Resultado global total del ejercicio	-	-	124.008	(267)	13.887	-	137.628	(6.241)	131.387
Operaciones con socios o propietarios	-	-	(78.863)	-	-	4.444	(74.419)	3.185	(71.234)
Distribución de dividendos	-	-	(75.000)	-	-	-	(75.000)	-	(75.000)
Emisión de pagos basados en acciones	-	-	-	-	-	6.778	6.778	-	6.778
Cancelaciones de pagos basados en acciones	-	-	1.636	-	-	(2.334)	(698)	-	(698)
Variaciones de participaciones en Sociedades dependientes	-	-	(5.499)	-	-	-	(5.499)	3.185	(2.314)
Al 31 de diciembre de 2009	3.899	848.533	(54.525)	(94)	1.678	11.614	811.105	(6.242)	804.863
Resultado neto del ejercicio	-	-	122.149	-	-	-	122.149	(5.255)	116.894
Otro resultado global del ejercicio, neto de impuestos	-	-	-	74	2.916	-	2.990	(47)	2.943
Diferencias de conversión de estados financieros de negocios	-	-	-	-	2.916	-	2.916	(47)	2.869
Cobertura de flujos de efectivo	-	-	-	74	-	-	74	-	74
Resultado global total del ejercicio	-	-	122.149	74	2.916	-	125.139	(5.302)	119.837
Operaciones con socios o propietarios	-	-	(510.871)	-	-	4.910	(505.961)	3.750	(502.211)
Distribución de dividendos	-	-	(532.000)	-	-	-	(532.000)	-	(532.000)
Emisión de pagos basados en acciones	-	-	-	-	-	5.005	5.005	-	5.005
Cancelaciones de pagos basados en acciones	-	-	(239)	-	-	(95)	(334)	-	(334)
Variaciones de participaciones en Sociedades dependientes	-	-	21.368	-	-	-	21.368	3.750	25.118
Al 31 de diciembre de 2010	3.899	848.533	(443.247)	(20)	4.594	16.524	430.283	(7.794)	422.489

La tabla anterior incluye un resumen de la situación del patrimonio neto consolidado del Grupo DIA a 31 de diciembre de 2010, 31 de diciembre de 2009 y 31 de diciembre de 2008, así como el estado de cambios habido en este periodo histórico.

Los apartados 10.1 y 20.1.1 del presente Documento de Registro, complementan parte de la información que se trata en esta sección sobre el patrimonio neto.

A 31 de diciembre de 2010, el patrimonio neto consolidado del Grupo ascendía a 422.489 miles de euros, con un decrecimiento del 48% con respecto al año anterior. De este patrimonio, es atribuible al Grupo DIA un total de 430.283 miles de euros, lo que supone un decremento del 47% con respecto al año anterior.

Las variaciones en el patrimonio consolidado atribuible a la sociedad dominante del Grupo DIA y las participaciones no dominantes durante los ejercicios 2008, 2009 y 2010 que se presenta en la tabla anterior han sido fundamentalmente explicadas en la sección 20.1.1 del presente Documento de Registro.

20.1.5 **Estados de flujos de efectivo consolidados a 31 de diciembre de 2010, 2009 y 2008**

A continuación se muestran los estados de flujos de efectivo consolidados y auditados a 31 de diciembre de 2010, 2009 y 2008:

<i>(miles de euros)</i>	2010	2009	2008
<u>Actividades de explotación</u>			
Beneficio antes de impuestos de las actividades continuadas	124.760	163.382	122.065
Beneficio/(Pérdida) antes de impuestos de las actividades interrumpidas	79.516	(8.882)	(7.705)
Resultado antes de impuestos	204.276	154.500	114.360
Ajustes al resultado:	277.684	280.066	286.439
Amortización del inmovilizado	261.873	234.518	218.216
Deterioro de activos	8.000	(874)	6.304
Pérdida/(Beneficio) por operaciones de inmovilizado	40.359	8.248	(12.305)
Ingresos financieros	(3.738)	(2.442)	(4.907)
Gastos financieros	18.628	13.384	26.812
Diferencias de cambio	(2.192)	799	(394)
Dividendos de empresas asociadas	(15)	(19)	(50)
Dotación neta de provisiones y subvenciones	7.782	(11.262)	18.805
Amortización de elementos logísticos incluidos en "Consumos de mercaderías"	30.448	29.362	26.635
Otros ajustes en operaciones interrumpidas	(83.461)	8.352	7.323
Ajustes al capital circulante:	66.226	(23.828)	(51.888)
Variación en los deudores comerciales y otras cuentas a cobrar	(54.020)	38.567	45.504
Variación de existencias	1.928	6.655	13.778
Variación en acreedores comerciales y otras cuentas a pagar	105.593	(23.424)	(45.380)
Variación en los compromisos de créditos al consumo y refinanciación	(3.330)	(2.374)	832
Variación de otros activos	9.024	34.092	(43.462)
Variación de otros pasivos	19.387	(8.388)	(11.803)
Impuesto sobre beneficios pagado	(12.356)	(5.104)	(11.357)
Otros ajustes por traspasos a activos y pasivos mantenidos para la venta	-	(63.852)	-
Flujos de efectivo netos de las actividades de explotación	548.186	410.738	348.911
<u>Actividades de inversión</u>			
Adquisición de activos intangibles	(10.026)	(8.530)	(7.249)
Adquisición de inmovilizado material	(280.015)	(332.405)	(434.855)
Adquisición de instrumentos financieros	(6.480)	(2.969)	(1.617)
Enajenación de activos de inmovilizado material	6.184	32.780	58.583
Enajenación de activos mantenidos para la venta	96.335	4.950	9.591
Intereses cobrados	3.018	2.461	4.957
Otros ajustes por traspasos a activos y pasivos mantenidos para la venta	-	1.630	-
Flujos de efectivo netos de las actividades de inversión	(190.984)	(302.083)	(375.547)
<u>Actividades de financiación</u>			
Dividendos pagados a los accionistas de la Sociedad dominante	(532.000)	(75.000)	(70.000)
Adquisición de participaciones minoritarias	-	(2.334)	-
Importes procedentes (reembolsados) de deuda financiera	230.076	(79.081)	103.385
Intereses pagados	(4.252)	(4.594)	(5.606)
Otros ajustes por traspasos a activos y pasivos mantenidos para la venta	-	(18)	-
Flujos de efectivo netos de las actividades de financiación	(306.176)	(161.027)	27.779
Variación neta del efectivo y equivalentes al efectivo	51.026	(52.372)	1.143
Diferencias de cambio netas	15.038	(1.529)	(5.158)
Efectivo y equivalentes al efectivo al 1 de enero	250.778	304.679	308.694
Efectivo y equivalentes al efectivo al 31 de diciembre	316.842	250.778	304.679

- **Flujos de efectivo netos de actividades de explotación:** en el ejercicio, 2010 la caja generada por las actividades operativas ascendió a 548.186 miles de euros, lo que supone un incremento de 137.448 miles de euros, que representa un incremento del 33% respecto a los 410.738 miles de euros del ejercicio 2009. Este incremento es debido al resultado antes de impuestos generado en 2010 (49.776 miles de euros superior al de 2009) y a la caja generada por la variación del capital circulante que ascendió a 66.226 miles de euros, que representa un incremento de 90.054 miles de euros con respecto al ejercicio anterior en el que representó un consumo de caja de 23.828 miles de euros.

Las principales variaciones en el resultado antes de impuestos son:

- Reducción del beneficio antes de impuestos de las actividades continuadas en el año 2010 (38.622 miles de euros inferior, un 23,6% inferior); compensado por:
- El beneficio antes de impuestos de las actividades interrumpidas motivado por la venta en el ejercicio 2010 de la sociedad DIA Hellas A.E., tal y como se ha comentado anteriormente (79.516 miles de euros frente a unas pérdidas de 8.882 miles de euros en el ejercicio 2009).

Las principales variaciones en el capital circulante son las siguientes:

- Las cuentas a cobrar de deudores comerciales aumentaron en 54.020 miles de euros en el ejercicio 2010, derivado del aumento de la cifra de ventas en comparación con el ejercicio anterior, junto con un ligero aumento del período medio de cobro (de 5 días en 2009 a 6 días en 2010).
 - Las cuentas a pagar a acreedores comerciales, que han aumentado en 105.593 miles de euros debido a (i) un ligero incremento del período medio de pago (de 80 días en 2009 a 82 días en 2010) y (ii) el aumento de las compras derivado de la evolución del negocio.
- Por su parte, la caja generada en el ejercicio 2009 por las actividades operativas ascendió a 410.738 miles de euros, lo que supone un aumento del 18% respecto a los 348.911 miles de euros del ejercicio 2008, debido por un lado al aumento de los resultados antes de impuestos en 40.140 miles de euros, así como a la evolución del capital circulante en el ejercicio 2009 (28.060 miles de euros de menor consumo de caja en 2009 respecto a 2008).

La variación del capital circulante en este periodo fue debido fundamentalmente a:

- La variación de acreedores comerciales y otras cuentas a pagar supuso un consumo de caja de 23.424 miles de euros, mientras que en el ejercicio 2008, el consumo de caja ascendió a 45.380 miles de euros. La disminución de las cuentas a pagar ocurrida en el ejercicio 2009 se debió principalmente a un acortamiento del período medio de pago que pasó de 86 días en 2008 a 80 días en 2009.
- El anterior impacto se ve parcialmente compensado por la variación positiva de otros activos que en el ejercicio 2009 supuso una generación de caja por importe de 34.092 miles de euros mientras que en el ejercicio 2008 supuso un consumo de caja por importe 43.462 miles de euros, lo que representa una variación de 77.554 miles de euros. Dicha variación se debe principalmente a la disminución de las cuentas a cobrar relativas a impuestos que se redujeron en 26.549 miles de euros por el cobro en 2009 del saldo deudor con Hacienda Pública por IVA, que presentaba una de las sociedades del Grupo (Twins Alimentación, S.A.U.), por 13.331 miles de euros.

- **Flujos de efectivo netos de actividades de inversión:** En el ejercicio 2010, la tesorería neta aplicada a actividades de inversión ascendió a 190.984 miles de euros, lo que supuso una reducción del 37% respecto a los 302.083 miles de euros en el ejercicio 2009, debido principalmente a:

- Una disminución de las adquisiciones de inmovilizado material por 52.390 miles de euros relacionado principalmente con la evolución del número de establecimientos abiertos. Durante 2010 se abrieron 243 establecimientos (un 50% más que en el ejercicio anterior), no obstante, dichas aperturas se han producido principalmente en los Países Emergentes, donde el coste de apertura por establecimiento es muy inferior al de los segmentos Iberia y Francia (donde en 2010 se han abierto un 26% menos establecimientos).
- Una reducción de los fondos obtenidos por la enajenación de activos de inmovilizado material (6.184 miles de euros en 2010, comparado con 32.780 miles de euros en 2009), debido a que se han realizado menos operaciones de venta de establecimientos en el ejercicio, en comparación con el ejercicio 2009.
- Un incremento en los flujos obtenidos por la enajenación de activos mantenidos para la venta en 96.335 miles de euros, relativos a la venta de la participación en DIA Hellas A.E., que ha tenido lugar en 2010.

- En el ejercicio 2009, la tesorería neta aplicada a actividades de inversión se redujo a 302.083 miles de euros, lo que supuso una reducción del 20% respecto a los 375.547 miles de euros en el ejercicio 2008, debido principalmente a:

- Una disminución del número de aperturas de nuevos establecimientos "CO-CO", pasando de la apertura de 247 establecimientos en el ejercicio 2008 a 162 en el ejercicio 2009. Asimismo, a pesar de un incremento del número de establecimientos transformados a los nuevos formatos (538 establecimientos en el ejercicio 2009 frente a 460 establecimientos en el ejercicio 2008) se ha incurrido en un coste menor, principalmente como consecuencia de la experiencia adquirida, que permite ser más eficaces y que, en líneas generales las tiendas de mayor extensión y generalmente con un coste mayor se transformaron al inicio del plan.
- La enajenación de activos de inmovilizado material del ejercicio 2009 ascendió a 32.780 miles de euros, inferior a los 58.583 miles de euros correspondientes al ejercicio 2008. En 2008 se vendieron 3 de los almacenes del Grupo DIA situados en España.

Ver explicaciones detalladas en la sección 5.2 del presente Documento.

- **Flujos de efectivo netos de actividades de financiación:** En el ejercicio 2010, los flujos de caja aplicados en las actividades de financiación ascendieron a 306.176 miles de euros, lo que supuso un incremento del 90%, con respecto a los 161.027 miles de euros del ejercicio 2009, debido fundamentalmente a

- Un incremento de los dividendos pagados a los accionistas de la Sociedad Dominante en 457 millones de euros. Este incremento se debe fundamentalmente al dividendo extraordinario repartido en diciembre de 2010 contra las reservas del Grupo DIA. Ver más detalles en la sección 10.1 del presente Documento.

Tal y como se ha comentado en la sección 10 del presente Documento, dicho dividendo extraordinario se financió con Carrefour mediante: (i) un préstamo concedido de 200.000 miles de euros y (ii) a través de la cuenta corriente 252.000 miles de euros. Ello explica el aumento de los importes procedentes de deuda financiera en 2010

En el ejercicio 2009, los flujos de caja aplicados en las actividades de financiación ascendieron a 161.027 miles de euros, lo que supuso un decremento significativo respecto a los flujos positivos de 27.779 miles de euros obtenidos en el ejercicio 2008, debido fundamentalmente a una combinación de los siguientes factores:

- Reducción de la deuda financiera por importe de 79.081 miles de euros en 2009 derivado de una mejora en la tesorería del Grupo DIA, respecto a 2008 (año en el que se ajusta el precio de adquisición de la cadena Plus Supermercados, S.A. en España, que actualmente se denomina Twins Alimentación, S.A.U.).
- Un incremento del 7% de los dividendos pagados a los accionistas de la Sociedad Dominante, que representó 75.000 miles de euros en el ejercicio 2009, frente a los 70.000 miles de euros en el ejercicio 2008.

20.2 Información financiera pro-forma

El Emisor no presenta información financiera pro-forma.

20.3 Estados financieros

El presente Documento de Registro incorpora por referencia:

- (i) las cuentas anuales individuales auditadas de DIA correspondientes a los ejercicios finalizados a 31 de diciembre de 2010, 2009 y 2008, elaboradas conforme a las normas contenidas en el Plan General de Contabilidad; y
- (ii) los estados financieros consolidados auditados de DIA correspondientes a los ejercicios finalizados a 31 de diciembre de 2010, 2009 y 2008, información elaborada conforme a las NIIF-UE.

Se ha aportado asimismo, para la tramitación del presente Documento de Registro, información financiera intermedia consolidada correspondiente al período de tres meses finalizado a 31 de marzo de 2011, elaborada conforme a las NIIF-UE y a la IAS-34; esta información financiera ha sido sometida a una revisión limitada.

20.4 Auditoría de la información financiera histórica anual

20.4.1 Declaración de que se ha auditado la información financiera histórica.

Según se describe en el apartado 2.1 del presente Documento de Registro, KPMG ha auditado las cuentas anuales individuales y los estados financieros consolidados correspondientes a los ejercicios cerrados el 31 de diciembre de 2010, 2009 y 2008, siendo su opinión favorable a todas ellas.

20.4.2 Una indicación de otra información en el documento de registro que haya sido auditada por los auditores.

No existe otra información adicional a la que se menciona en el apartado 20.4.1 anterior que haya sido auditada.

20.4.3 **Cuando los datos financieros del documento de registro no se hayan extraído de los estados financieros auditados del Emisor, éste debe declarar la fuente de los datos y declarar que los datos no han sido auditados.**

La totalidad de los datos e información contenida en el presente Documento de Registro han sido extraídos de las cuentas anuales individuales auditadas y los estados financieros consolidados auditados de DIA correspondientes a los ejercicios 2010, 2009 y 2008, a excepción de aquellos otros en los que se cita expresamente la fuente y de aquellos que han sido extraídos de la contabilidad interna y de gestión con la que cuenta DIA y no han sido objeto de auditoría de cuentas de forma separada.

La información financiera a 31 de marzo de 2011 recogida en el apartado 20.6, ha sido sometida a una revisión limitada por parte de KPMG. La información financiera a 31 de marzo de 2010 ha sido obtenida de los registros contables de DIA y sus filiales, no estando sujetos a una revisión limitada por los auditores.

Los datos financieros incluidos en la sección 13 del presente Documento de Registro han sido obtenidos de la Previsión de Beneficios preparada por los administradores de DIA. Estos datos no han sido auditados ni revisados. KPMG ha emitido un informe especial sobre dicha Previsión de Beneficios.

20.5 Edad de la información financiera más reciente

La información financiera más reciente contenida en el presente Documento de Registro es la información financiera auditada del Grupo DIA para el ejercicio finalizado el 31 de diciembre de 2010 y la información financiera del período de tres meses finalizado el 31 de marzo de 2011 sometida a revisión limitada por parte de KPMG.

20.6 Información intermedia y demás información financiera

20.6.1 Si el emisor ha venido publicando información financiera trimestral o semestral desde la fecha de sus últimos estados financieros auditados, éstos deben incluirse en el documento de registro. Si la información financiera trimestral o semestral ha sido revisada o auditada, debe también incluirse el informe de auditoría o de revisión. Si la información financiera trimestral o semestral no ha sido auditada o no se ha revisado, debe declararse este extremo.

A continuación se presenta información financiera consolidada seleccionada del Grupo DIA correspondiente al periodo de tres meses finalizado el 31 de marzo de 2011, que ha sido objeto de revisión limitada por KPMG. La información financiera consolidada seleccionada del grupo DIA correspondiente al periodo de tres meses finalizado el 31 de marzo de 2010, no ha sido objeto de ningún tipo de auditoría o revisión por parte de los auditores del Grupo DIA.

a) Estado de situación financiera consolidado intermedio

A continuación se presenta el estado de situación financiera consolidado intermedio del Grupo DIA correspondiente a 31 de marzo de 2011, comparado con el 31 de diciembre de 2010 y preparados bajo NIIF-UE, indicando las variaciones trimestrales:

<i>(miles de euros)</i>	31/03/2011	31/12/2010	Var. Mar11 - Dic10
Inmovilizado material	1.594.563	1.597.421	0%
Fondo de comercio	413.836	414.435	0%
Otros activos intangibles	44.585	45.419	-2%
Inversiones contabilizadas aplicando el método de la participación	-	108	-100%
Activos financieros no corrientes	53.936	51.665	4%
Activos por impuesto diferido	30.338	29.283	4%
Créditos al consumo de empresas financieras	2.900	3.191	-9%
Activos no corrientes	2.140.158	2.141.522	0%
Existencias	578.109	539.303	7%
Deudores comerciales y otras cuentas a cobrar	208.799	178.983	17%
Deudores comerciales con empresas del Grupo	26.178	26.536	-1%
Otros deudores comerciales y otras cuentas a cobrar	182.621	152.447	20%
Créditos al consumo de empresas financieras	5.317	5.634	-6%
Activos por impuestos corrientes	44.998	38.392	17%
Otros activos financieros corrientes	20.793	21.615	-4%
Otros activos	10.838	11.097	-2%
Efectivo y otros activos líquidos equivalentes	171.529	316.842	-46%
Activos corrientes	1.040.383	1.111.866	-6%
Total activo	3.180.541	3.253.388	-2%
Capital	67.934	3.899	n/a
Prima de emisión	784.498	848.533	-8%
Reservas	(440.527)	(565.396)	-22%
Beneficio neto del ejercicio	4.080	122.149	-97%
Diferencias de conversión	3.253	4.594	-29%
Otros instrumentos de patrimonio	14.333	16.504	-13%
Patrimonio neto atribuido a tenedores de instrumentos de la dominante	433.571	430.283	1%
Participaciones no dominantes	(8.494)	(7.794)	9%
Total patrimonio neto	425.077	422.489	1%
Deuda financiera no corriente	35.494	27.994	27%
Deuda financiera no corriente con empresas del Grupo	19.163	12.217	57%
Deuda financiera no corriente con entidades de crédito	12.790	12.332	4%
Otra deuda financiera corriente	3.541	3.445	3%
Provisiones	188.302	184.433	2%
Pasivos por impuesto diferido	13.131	10.377	27%
Pasivos no corrientes	236.927	222.804	6%
Deuda financiera corriente	509.863	540.459	-6%
Deuda financiera corriente con empresas del Grupo	447.064	507.159	-12%
Deuda financiera corriente con entidades de crédito	62.036	32.633	90%
Otra deuda financiera corriente	763	667	14%
Acreedores comerciales y otras cuentas a pagar	1.668.049	1.726.110	-3%
Acreedores comerciales y otras cuentas a pagar con empresas del Grupo	12.028	11.695	3%
Otros acreedores comerciales y cuentas a cobrar	1.656.021	1.714.415	-3%
Refinanciación de los créditos al consumo	90	480	-81%
Pasivos por impuestos corrientes	74.558	76.473	-3%
Pasivos por impuestos sobre ganancias corrientes	28.716	23.489	22%
Otros pasivos financieros	235.050	238.537	-1%
Pasivos directamente asociados con activos no corrientes mantenidos para la venta	2.211	2.547	-13%
Pasivos corrientes	2.518.537	2.608.095	-3%
Total pasivo y patrimonio neto	3.180.541	3.253.388	-2%

Activos no corrientes

Inmovilizado material

En los tres primeros meses de 2011 el coste del inmovilizado material bruto (sin incluir deterioro de valor ni amortizaciones) disminuye en 8.061 miles de euros.

Si bien el efecto neto de: (i) las altas en construcciones e instalaciones técnicas, maquinaria y otros activos fijos (76.541 miles de euros por las ampliaciones, mejoras y reformas para la adecuación de los establecimientos a las nuevas enseñas "DIA Market" y "DIA Maxi") y (ii) de las bajas en estas mismas partidas (importes de 70.986 miles de euros, por los elementos sustituidos por las mejoras mencionadas) es positivo, las diferencias de conversión (22.038 miles de euros, debido a Argentina, Brasil, Turquía y China, por 7.359, 8.059, 4.806 y 1.814 miles de euros respectivamente) explican fundamentalmente que la evolución del saldo de esta partida sea negativa. No obstante, esta variación negativa se ve parcialmente compensada por la entrada en el perímetro por integración global de los activos relativos a Proved, SAS, por importe de 8.422 miles de euros.

Para mayor información sobre estas altas, ver la sección 5.2 del presente Documento de Registro.

Fondo de comercio

Durante el primer trimestre de 2011 no se han producido movimientos significativos en esta partida. La misma se ha visto reducida en 599 miles de euros, como consecuencia principalmente de bajadas en el fondo de comercio de Turquía, por diferencias de conversión generadas entre la lira turca y el euro.

Otros activos intangibles

El incremento del coste de otros activos intangibles (sin incluir deterioro de valor ni amortizaciones) en 189 miles durante los tres primeros meses de 2011 responde fundamentalmente a las altas producidas en aplicaciones informáticas (685 miles de euros, principalmente en España y Francia) y de derechos de traspaso (125 miles de euros), parcialmente compensadas con las bajas y traspasos de derechos de traspaso por el cierre de algunos establecimientos, principalmente en Portugal y Francia.

Inversiones contabilizadas aplicando el método de la participación

La disminución registrada durante los tres primeros meses de 2011 responde a la integración global, desde este ejercicio, de la sociedad Proved SAS, hasta el momento contabilizado por el método de la participación. (De esta sociedad, ED tiene el 50% de participación, y controla la gestión de la empresa desde principios del año 2011).

Activos financieros no corrientes

A 31 de marzo de 2011, el importe registrado en estas cuentas asciende a 53.936 miles de euros (de los cuales los saldos más significativos corresponden a 34.593 miles de euros de fianzas y 15.108 miles de euros de clientes con ciclo mayor al de explotación).

Durante los tres primeros meses de 2011, este epígrafe se ha incrementado en 2.271 miles de euros, fundamentalmente por el aumento en la partida de clientes por ventas superiores al ciclo de explotación (incremento de 1.938 miles de euros). Estos aumentos son consecuencia de la continuación de la política de financiación llevada a cabo por el Grupo, con el fin de ayudar a los franquiciados al abastecimiento inicial de mercancías en las aperturas de sus establecimientos.

Activos por impuestos diferidos.

Durante los tres primeros meses de 2011, los impuestos diferidos de activo se incrementaron en 1.055 miles como consecuencia del efecto neto del incremento del impuesto diferido de activo de Argentina y Brasil (1.647 y 482 miles de euros respectivamente), y del decremento del impuesto diferido de activo de España y Francia por aplicación de bases imponibles negativas (-1.014 y -60 miles de euros respectivamente).

Créditos al consumo de empresas financieras

A 31 de marzo de 2011 el importe de esta partida asciende a 2.900 miles de euros. La disminución de 291 miles de euros durante los tres primeros meses de 2011 responde, al igual que ocurría en el ejercicio 2010, fundamentalmente al freno de concesión de préstamos personales con tarjeta que ha tenido lugar desde marzo de 2009 como consecuencia del entorno económico y financiero que atraviesa España.

Activos corrientes

Existencias

El aumento de la cifra de existencias en los tres primeros meses de 2011 en 38.806 miles de euros fue consecuencia principalmente del mayor aprovisionamiento realizado en los almacenes en España, por importe de 26.067 miles de euros.

Deudores comerciales y otras cuentas a cobrar

- Deudores comerciales con empresas del Grupo

A 31 de marzo de 2011, este saldo asciende a 26.178 miles de euros, que principalmente corresponden a 16.145 miles de euros con Carrefour Word Trade y 9.695 miles de euros del crédito con DIA Hellas AE.

Durante los tres primeros meses del ejercicio 2011, esta cuenta no sufre variaciones significativas.

- *Otros deudores comerciales y otras cuentas a cobrar*

A 31 de marzo de 2010, el importe de este epígrafe asciende a 182.621 miles de euros.

En los tres primeros meses del ejercicio 2011, el aumento de esta cuenta en 30.174 miles de euros responde principalmente al aumento de los créditos pendientes de cobro a proveedores en España, principalmente por ingresos accesorios u otras partidas similares (11.862 miles de euros), en Francia (12.451 miles de euros) y Portugal (5.580 miles de euros). La variación de los importes a cobrar a los franquiciados y subarrendatarios por la venta de mercancía y refacturación de alquileres no ha sido importante en este periodo.

Créditos al consumo de empresas financieras

A 31 de marzo de 2011 el importe de esta partida asciende a 5.317 miles de euros, por lo que el saldo no sufre variaciones significativas con respecto a diciembre de 2010.

Activos por impuestos corrientes

El aumento en 6.606 miles de euros en los tres primeros meses de 2011 responde fundamentalmente al incremento del crédito reconocido con la Hacienda Pública en Francia por las cuotas de IVA soportadas que serán compensadas en periodos posteriores.

Otros activos financieros corrientes

A 31 de marzo de 2011 el saldo de esta cuenta asciende a 20.793 miles de euros. El decremento durante los tres primeros meses de 2011 en 822 miles de euros corresponde fundamentalmente a la disminución del importe del saldo pendiente de cobro de las compañías emisoras de tickets restaurantes que son aceptados como medio de pago en los establecimientos comerciales del Grupo DIA en Francia.

Otros activos

A 31 de marzo de 2011 el saldo de esta cuenta ascendía a 10.838 miles de euros.

Durante los tres primeros meses del ejercicio 2011 esta cuenta no sufre variaciones significativas.

Efectivo y otros activos líquidos equivalentes

A 31 de marzo de 2011, el importe de este epígrafe asciende a 171.529 miles de euros. Este saldo ha disminuido en 145.313 miles de euros desde 31 de diciembre de 2010 hasta el 31 de marzo de 2011, de los cuales, 115.839 miles de euros corresponden a la cancelación de los depósitos a menos de tres meses que presentaba el Grupo a 31 de diciembre de 2010 en Brasil, Portugal y Turquía.

El punto 20.6.1 d) incluye un detalle del estado de flujos de efectivo durante los tres primeros meses de 2011, comparado con los tres primeros meses del 2010.

Patrimonio neto atribuido a tenedores de instrumentos de la dominante

Durante los tres primeros meses de 2011, el patrimonio neto atribuible a la sociedad dominante se incrementa con respecto al cierre de 2010 en 3.288 miles de euros, motivado principalmente por el efecto conjunto de:

- El resultado global de los tres primeros meses de 2011, atribuible a la Sociedad dominante, que asciende a 2.654 miles de euros.
- Incremento neto de pagos basados en acciones de Carrefour S.A. por importe de 634 miles de euros a empleados del Grupo DIA.

Un mayor detalle del patrimonio neto se muestra en la sección 20.6.1 e) del presente Documento de Registro.

Participaciones no dominantes

A 31 de marzo de 2011 este saldo corresponde a la participación no dominante en Dia Sabanci Supermarketleri Ticaret Anonim Siketi (Turquía) (por importe de (8.385) miles de euros) y en Proved SAS (por importe de (109) miles de euros), que, como se ha comentado en líneas anteriores de esta sección, desde el ejercicio 2011 pasa a ser integrada por el método de integración global.

La bajada de saldo de este epígrafe en los tres primeros meses de 2011 en 700 miles de euros se explica fundamentalmente por el resultado negativo de Dia Sabanci Supermarketleri Ticaret Anonim Siketi (Turquía).

Pasivos no corrientes

Deuda financiera no corriente

Ver detalles de deuda financiera en el epígrafe 10.1 del presente Documento de Registro.

Provisiones

En los tres primeros meses de 2011 esta partida ha aumentado por importe de 3.869 miles de euros debido principalmente a (i) la actualización a su valor razonable de la provisión por riesgos derivados de actuaciones inspectoras de la administración en España (por importe de 929 miles de euros), y (ii) por una dotación adicional en Francia de 468 miles de euros por el litigio por el redondeo del IVA en los decimales del euro.

Pasivos por impuestos diferidos

Durante los tres primeros meses de 2011, los impuestos diferidos de pasivo aumentaron en 2.754 miles de euros, principalmente por el impacto de 2.380 miles de euros, relativos a la aplicación de la libertad de amortización en el ejercicio 2011 en DIA España.

Pasivos corrientes

Deuda financiera corriente

Ver detalles de deuda financiera en el epígrafe 10.1 del presente Documento de Registro.

Acreeedores comerciales y otras cuentas a pagar

- *Acreeedores comerciales y otras cuentas a pagar con empresas del Grupo.*

El saldo de esta partida no refleja variaciones significativas durante los tres primeros meses de 2011.

- *Otros acreedores comerciales y cuentas a pagar*

En este epígrafe se presenta el valor de saldos con proveedores y acreedores, principalmente por el valor de los pasivos comerciales con suministradores de mercancías y de servicios.

<i>(miles de euros)</i>	Mar 2011	Dic 2010	Var. Mar 11-Dic 10
Proveedores	1.505.318	1.534.101	-2%
Acreeedores	150.703	180.314	-16%
Total	1.656.021	1.714.415	-3%

En los primeros meses del ejercicio 2011, el saldo de este epígrafe disminuye en 58.394 miles de euros, fundamentalmente como consecuencia de (i) el decremento de la cuenta de proveedores en 28.783 miles de euros, como resultado de la evolución de las compras y consumos de mercancías y por una ligera disminución del período medio de pago (73 días a 31 de diciembre de 2010 y 72 días a 31 de marzo de 2011 considerando únicamente los proveedores y excluyendo acreedores) y (ii) la disminución de los acreedores en 29.611 miles de euros, que obedecen al curso habitual del negocio, no habiéndose producido modificaciones significativas en las condiciones de pago a los acreedores comerciales.

Refinanciación de los créditos al consumo

La disminución durante los tres primeros meses de 2011 en 390 miles de euros responde fundamentalmente a la menor necesidad de fuentes de financiación ajenas durante este periodo para la sociedad Finandia, como consecuencia de los recursos propios disponibles y las inferiores inversiones crediticias a financiar.

Pasivos por impuestos corrientes

Durante los tres primeros meses del ejercicio 2011, los pasivos por impuestos corrientes disminuyeron en 1.915 miles de euros, como consecuencia principalmente del efecto neto de una bajada de los saldos de "Hacienda Pública acreedora por IVA" por importe de 12.288 miles de euros, y un aumento de los saldos de "Hacienda Pública acreedora varios" por importe de 10.373 miles de euros. La primera disminución citada se debe principalmente a la menor cuantía de la liquidación de IVA en España asociado al incremento de las compras del mes de marzo 2011 respecto a diciembre de 2010 (implicando un mayor IVA soportado que repercutido en ese periodo). El segundo aumento mencionado se explica fundamentalmente por: i) el incremento de los impuestos varios en Francia por importe de 6.943 miles de euros, sobre todo debido al incremento de las tasas por alcoholes y ii) en España en 2.256 miles de euros debido fundamentalmente al incremento de retenciones por IRPF.

Pasivos por impuestos sobre ganancias corrientes

En los tres primeros meses de 2011, el incremento de esta cuenta en 5.227 miles de euros responde fundamentalmente al efecto de la contabilización del gasto por impuesto sobre las ganancias corrientes correspondiente al primer trimestre del 2011 (de los que 3.625 miles de euros corresponden a España).

Otros pasivos financieros

El detalle de otros pasivos financieros se desglosa en la siguiente tabla:

<i>(miles de euros)</i>	Mar 2011	Dic 2010	Var. Mar11- Dic10
Personal	116.134	124.607	-7%
Proveedores de inmovilizado	93.297	83.221	12%
Otros pasivos corrientes	25.619	30.709	17%
Total	235.050	238.537	-1%

En el ejercicio 2011 el saldo de esta cuenta se vio disminuida en 3.487 miles de euros, que responde fundamentalmente a la disminución de pasivos por personal como consecuencia de los periodos de devengo de pagas extraordinarias y bonus y el mes de pago de los mismos, (bajada de 8.473 miles de euros), parcialmente compensado con la subida de saldos de proveedores de inmovilizado (10.076 miles de euros), ligado al ritmo de transformaciones de tiendas y facturación de las mismas.

Pasivos directamente asociados con activos no corrientes mantenidos para la venta

Durante los tres primeros meses del ejercicio 2011 los saldos de esta cuenta no experimentan variaciones significativas.

b) Cuentas de resultados consolidados intermedios

A continuación se presentan las cuentas de resultados consolidados intermedios correspondientes a los periodos de tres meses terminados el 31 de marzo de 2011 y 31 de marzo de 2010, preparados bajo NIIF-UE, indicando las variaciones trimestrales:

<i>(miles de euros)</i>	31/03/2011	31/03/2010	Variación
Ventas	2.317.316	2.251.011	2,9%
Otros ingresos	26.147	18.151	44,1%
Total ingresos	2.343.463	2.269.162	3,3%
Consumo de mercaderías y otros consumibles	(1.868.698)	(1.811.942)	3,1%
Gastos de personal	(195.930)	(195.853)	0,0%
Gastos de explotación	(192.334)	(194.013)	-0,9%
Amortizaciones y deterioro	(62.543)	(62.442)	0,2%
Resultados procedentes de inmovilizado	(4.251)	(9.825)	-56,7%
Resultado de explotación	19.707	(4.913)	n/a
Ingresos financieros	1.974	1.868	5,7%
Gastos financieros	(8.338)	(4.353)	91,5%
Resultado de sociedades por el método de participación	-	(150)	n/a
Beneficio antes de impuestos de actividades continuadas	13.343	(7.548)	n/a
Impuesto sobre beneficios	(10.521)	(9.287)	13,3%
Beneficio después de impuestos de actividades continuadas	2.822	(16.835)	n/a
Beneficio (pérdida) después de impuestos de las actividades interrumpidas	-	(3.751)	n/a
Beneficio neto	2.822	(20.586)	n/a
Beneficio del ejercicio atribuible a tenedores de instrumentos de patrimonio neto de la dominante	4.080	(18.878)	n/a
Beneficio de las actividades continuadas	4.080	(15.877)	n/a
Perdidas de las actividades interrumpidas	-	(3.001)	n/a
Resultado de actividades continuadas atribuido a participaciones no dominantes	(1.258)	(958)	31,3%
Resultado de actividades interrumpidas atribuido a participaciones no dominantes	-	(750)	n/a
Ganancias por acción básicas y diluidas, en euros			
Beneficio/(Pérdidas) de las actividades continuadas	0,01	(0,03)	n/a
Beneficio/(Pérdidas) de las actividades interrumpidas	-	(0,00)	n/a
Beneficio/(Pérdidas) del ejercicio	0,01	(0,03)	n/a

Comentarios de variaciones significativas de las cuentas de resultados consolidados intermedios bajo NIIF-UE

De las cuentas de resultados consolidados intermedios a 31 de marzo de 2011 cabe destacar las siguientes variaciones significativas comparadas con esta cuenta al 31 de marzo de 2010.

- **Ventas:** El importe de las ventas a 31 de marzo de 2011 asciende a 2.317.316 miles de euros y registra un aumento de 66.305 miles de euros, esto es, del 2,9% con respecto a los 2.251.011 miles de euros que el Grupo alcanzó a 31 de marzo de 2010. Esta variación es el efecto neto entre (i) un aumento de las ventas registradas en los Países Emergentes (incremento de 121.834 miles de euros o del 27.2%); parcialmente compensado por (ii) una disminución de las ventas en Francia e Iberia (reducciones de 38.139 y 17.390 miles de euros, respectivamente, que suponen una disminución de 6,1% y 1,5%, respectivamente).

El incremento de ventas se produce en todos los países que componen el segmento Países Emergentes y uno de los principales componentes es la evolución de los establecimientos con más de un año de vida (15,1%).

A tasa de cambio constante el crecimiento de las ventas en los Países Emergentes es de 23,1% (27,2% a tasa corriente) por lo tanto el efecto de la variación de los tipos de cambio en el primer trimestre del ejercicio 2011 ha sido positivo de 4,1%.

- **Otros ingresos:** El importe de “Otros ingresos” se incrementa a 31 de marzo de 2011 con respecto al mismo periodo del ejercicio anterior como consecuencia de la refacturación de los gastos de alquiler de los establecimientos “CO-CO” que se traspasan a franquiciados (348 establecimientos en el periodo desde 31 de marzo de 2010 a 31 de marzo de 2011) y por el aumento de los royalties facturados a franquiciados en Francia (74 establecimientos desde 31 de marzo de 2010 a 31 de marzo de 2011).

- **Consumo de mercaderías y otros consumibles** Tal y como se mencionaba anteriormente este epígrafe recoge las compras y variaciones de existencias, los costes de los productos vendidos por la sociedad financiera (Finandia, E.F.C., S.A.U.) así como los rappels, otros descuentos y diferencias de cambio asociadas a las compras de dichas mercancías. Así mismo se incluyen los costes operativos de los almacenes que opera el Grupo (Ver apartado 6.II).

El importe del Consumo de mercaderías y otros consumibles se incrementa en términos de ventas ligeramente, 0,1 puntos porcentuales pasando a representar el 80,6% de las ventas a 31 de marzo de 2011, frente al 80,5% en el mismo periodo del ejercicio precedente.

- **Gastos de personal:** El importe de los gastos de personal a 31 de marzo de 2011 se mantiene prácticamente estable en términos absolutos si bien, se reduce 0,2 puntos porcentuales en términos de ventas hasta 8,5%.

A pesar de: (i) el incremento del número de empleados en los países emergentes, consecuencia de la fase de expansión, (ii) el incremento del coste medio por empleado por la actualización salarial en cada país, y (iii) el mayor número de empleados necesarios para los establecimientos de los nuevos formatos “DIA Maxi” y “DIA Market”.

Los costes se han mantenido prácticamente estables en términos absolutos y reducido en términos de ventas como consecuencia de: (i) las medidas puestas en marcha de reorganización de las tareas de trabajo en los establecimientos y en los almacenes para aumentar la eficiencia y productividad y (ii) el traspaso de establecimientos “CO-CO” a franquicias (348 establecimientos en el periodo desde 31 de marzo de 2010 a 31 de marzo de 2011).

- **Gastos de explotación:** El importe de los gastos de explotación se reduce 0,9% en términos absolutos y 0,3 puntos porcentuales en términos de ventas.

A continuación se muestra un detalle la partida Gastos de explotación:

<i>(miles de euros)</i>	31.03.11	31.03.10	Var. 11-10
Reparación y mantenimiento	17.093	17.240	-0,85%
Suministros	26.068	27.794	-6,21%
Honorarios	8.540	10.847	-21,27%
Publicidad	13.797	14.269	-3,31%
Primas de seguros	1.998	2.150	-7,07%
Tributos	9.858	10.690	-7,78%
Otros gastos generales	36.828	35.885	2,63%
Gastos generales	114.182	118.875	-3,95%
Alquileres	73.127	69.402	5,37%
Otros gastos e ingresos por reestructuración	5.025	5.736	-12,40%
Total de gastos de explotación	192.334	194.013	-0,87%
<i>En términos de ventas</i>	<i>8,3%</i>	<i>8,6%</i>	<i>0,3pp</i>

- Tal y como se mencionaba anteriormente a finales del ejercicio 2009 se puso en marcha un programa de reducción de costes, originado por el incremento experimentado en 2009 con respecto al ejercicio 2008 (Ver sección 9.2.2.). Este programa que se está implantando gradualmente, está permitiendo reducir estos costes en los segmentos Iberia y Francia y contener el incremento en los Países Emergentes derivado del proceso de expansión.
- El proceso de expansión en los Países Emergentes conlleva un incremento del gasto por alquileres.

- **Amortización y deterioro:** A continuación se presenta el desglose entre amortización y deterioro:

<i>(miles de euros)</i>	31.03.11	31.03.10	Var. 11-10
Amortización	62.543	62.981	-0,7%
Deterioro	0	-539	-100,0%
Amortización y deterioro	62.543	62.442	0,2%

Se dan una serie de efectos con sentido contrario que prácticamente se compensan, en los Países Emergentes se produce un incremento del gasto por amortización, mientras que en Francia, se produce una reestimación de la vida útil de los establecimientos que se van a transformar, con un impacto en el gasto por amortización inferior al que se produce en el mismo periodo del ejercicio precedente.

- **Resultados procedentes de inmovilizado:** La variación más significativa se debe al menor impacto de las minusvalías asociadas a la transformación de establecimientos en Francia.

En el ejercicio 2010 se llevó a cabo una reestimación de la vida útil de los activos asociados a los establecimientos a transformar en el transcurso del año 2011 a los formatos “DIA Market” y “DIA Maxi”. El efecto de la reestimación es que estos activos carecen de valor neto contable (igual a cero) y al llevarse a cabo la transformación y darse de baja los activos asociados no generan minusvalías en la cuenta de resultados.

- **Resultados de explotación: El resultado** de explotación asciende a 19.707 miles de euros en el primer trimestre del ejercicio 2011 mientras que en el mismo periodo del ejercicio precedente representó unas pérdidas de 4.913 miles de euros.

Por lo tanto el resultado de explotación pasa a representar un positivo 0,9% de las ventas a 31 de marzo de 2011, lo que supone una variación de 1,1 puntos porcentuales desde un negativo 0,2% de las ventas a 31 de marzo de 2010.

Los principales elementos que han contribuido a la mejora de rentabilidad han sido los siguientes: (i) gastos de personal (0,2 puntos porcentuales), (ii) gastos generales (0,4 puntos porcentuales) y los resultados procedentes de inmovilizado (0,3 puntos porcentuales).

- **Ingresos financieros:** Se mantiene en unos niveles similares al mismo periodo del ejercicio precedente.

- **Gastos financieros:** El principal motivo del incremento de este gasto es el coste de la financiación obtenida para el pago del dividendo extraordinario de 21 de diciembre de 2010 por importe de 452.000 miles de euros.

- **Resultado de sociedades por el método de participación:** En el primer trimestre del ejercicio 2011 Proved SAS se consolida por método global mientras que hasta entonces se integraba por método de la participación. Por ello se reflejaba la participación en sus resultados aisladamente en la cuenta de resultados del Grupo.

- **Beneficio antes de impuestos de actividades continuadas:** Ascende a 13.343 miles de euros a 31 de marzo de 2011 frente a unas pérdidas de 7.548 miles de euros en el mismo periodo del ejercicio anterior.

En términos de ventas pasa a representar un 0,6% a 31 de marzo de 2011 frente a un negativo 0,3% en el mismo periodo del ejercicio precedente.

- **Impuesto sobre beneficios:** El gasto por el impuesto sobre beneficios, se determinó utilizando la tasa impositiva que se estima aplicable a las ganancias totales esperadas para el año, esto es, la tasa impositiva efectiva media anual estimada aplicada sobre las ganancias antes de impuestos del periodo intermedio. El gasto por impuesto sobre beneficios ascendió a 31 de marzo de 2011 a 10.521 miles de euros, comparado con los 9.287 miles de euros a 31 de marzo de 2010. La tasa efectiva aplicada a 31 de marzo de 2011 asciende a 78,8%, y se explica por una parte por los otros conceptos que se registran como gasto por impuesto: a) CVAE de Francia y b) dotaciones a provisiones por expedientes fiscales; y por otra, por el efecto de las bases imponibles negativas por importe de 13.907 miles de euros aportadas al Grupo DIA por diferentes filiales (Francia, China y Turquía) que no dieron lugar al reconocimiento de crédito fiscal. Si excluimos el impacto de las bases imponibles negativas que no influyen en el cálculo del gasto por impuesto por no dar lugar al reconocimiento del crédito fiscal y no conllevar por tanto el ingreso por impuesto, la tasa efectiva al 31 de marzo de 2011 así corregida ascendería a 38,6%.

- **Beneficio después de impuestos de actividades continuadas:** Ascende a 2.822 miles de euros a 31 de marzo de 2011 frente a unas pérdidas de 16.835 miles de euros en el mismo periodo del ejercicio anterior.

En términos de ventas pasa a representar un 0,1% a 31 de marzo de 2011 frente a un negativo 0,7% en el mismo periodo del ejercicio precedente.

- **Beneficio (pérdida) después de impuestos de las actividades interrumpidas:** esta partida incluye en el primer trimestre del ejercicio 2010 los resultados de las operaciones de la sociedad DIA Hellas A.E., esta sociedad fue vendida en julio de 2010 a la sociedad Carrefour Marinopoulos A.E.

- **Beneficio neto:** el beneficio del primer trimestre del ejercicio 2011 ascendió a 2.822 miles de euros frente a unas pérdidas de 20.586 miles de euros en el mismo periodo del ejercicio precedente.

El beneficio neto pasa a representar un 0,1% en el primer trimestre del ejercicio 2011 frente a un negativo de 0,9% en el mismo periodo del ejercicio precedente.

El incremento de rentabilidad (1 punto porcentual en términos de venta) en el primer trimestre del 2011 frente al mismo periodo del ejercicio precedente deriva de:

- (i) Incremento de “Otros ingresos”, principalmente como consecuencia del traspaso a franquicias (0,3 punto porcentuales).
- (ii) Reducción de los “Gastos de personal” en 0,2 puntos porcentuales en términos de ventas como consecuencia de: a) las medidas puestas en marcha de reorganización de las tareas de trabajo en los

establecimientos y en los almacenes para aumentar la eficiencia y productividad y b) el traspaso de establecimientos “CO-CO” a franquicias (348 establecimientos en el periodo desde 31 de marzo de 2010 a 31 de marzo de 2011), el gasto del personal es asumido por el franquiciado.

- (iii) Reducción de los “Gastos de explotación” en 0,3 puntos porcentuales en términos de ventas consecuencia del programa de reducción de costes iniciado a finales del ejercicio 2009.
- (iv) Reducción de los “Resultados procedentes de inmovilizado” en 0,2 puntos porcentuales en términos de ventas principalmente como consecuencia de las transformaciones en Francia. Los establecimientos transformados en el primer trimestre del ejercicio 2011 se hallaban depreciados.
- (v) En el primer trimestre del ejercicio 2010 se registraban las pérdidas de la sociedad DIA Hellas A.E., esta sociedad se vendió en julio de 2010. Esto ha supuesto una mejora de 0,2 puntos porcentuales en términos de ventas en el primer trimestre del ejercicio 2011.

Los anteriores efectos positivos se han visto parcialmente compensados por:

- (vi) Incremento del gasto financiero en el primer trimestre del ejercicio 2011 consecuencia de la financiación obtenida para el pago del dividendo extraordinario de 21 de diciembre de 2010 por importe de 452.000 miles de euros. Este incremento ha supuesto una pérdida de rentabilidad de 0,2 puntos porcentuales.

- **Resultado del ejercicio atribuible a participaciones no dominantes:** el resultado atribuible a participaciones no dominantes asciende a una pérdida de 1.258 miles de euros frente a una pérdida de 1.708 miles de euros, en el primer trimestre del ejercicio 2011 y 2010 respectivamente. Estos resultados son atribuibles a participaciones no dominantes relativas a filiales en Turquía y Francia (integración global de Proved SAS) en 2011 y Turquía y Grecia en 2010. Los resultados de Grecia se presentaban como actividades interrumpidas en la cuenta de resultados consolidada del Grupo DIA.

A continuación se muestran los principales parámetros por segmento a 31 de marzo de 2011 y 2010.

Desglose por segmento de “Ventas”:

<i>(miles de euros)</i>	31/03/2011	31/03/2010	Efecto precio	Efecto volumen	Variación
Iberia	1.161.079	1.178.469	2,9%	-4,4%	-1,5%
Francia	585.725	623.864	2,8%	-8,9%	-6,1%
Países Emergentes	570.512	448.678	11,6% (*)	11,5% (*)	27,2%
Total Grupo DIA	2.317.316	2.251.011			2,9%

(*) Calculado a tasa de cambio constante.

Desglose por segmento del “Resultado de explotación”:

<i>(miles de euros)</i>	31/03/2011	31/03/2010	Variación
Iberia	27.429	13.346	n/a
Francia	(6.270)	(12.765)	-50,9%
Países Emergentes	(1.452)	(5.494)	-73,6%
Total Grupo DIA	19.707	-4.913	n/a

Desglose por segmento del EBITDA:

<i>(miles de euros)</i>	31/03/2011	31/03/2010	Variación
Iberia	66.099	53.380	23,8%
Francia	14.822	13.261	11,8%
Países Emergentes	5.580	713	n/a
Total Grupo DIA	86.501	67.354	28,4%

Desglose por segmento del EBITDA ajustado cash:

<i>(miles de euros)</i>	31/03/2011	31/03/2010	Variación
Iberia	74.459	62.367	19,4%
Francia	16.856	15.633	7,8%
Países Emergentes	7.722	2.355	n/a
Total Grupo DIA	99.037	80.355	23,2%

Tal y como muestran las tablas anteriores se ha producido una mejora de los principales parámetros que miden la rentabilidad del Grupo. Esta mejora se ha producido en todos los países y como consecuencia en todos los segmentos:

- (i) En Iberia y Francia, en el primer trimestre del ejercicio 2010 la crisis económica tuvo un impacto significativo en los resultados. Adicionalmente, el seguimiento de los planes de contención de costes y la aceleración de los traspasos de establecimientos “CO-CO” a franquicias (207 en Iberia y 74 en Francia) a partir del segundo semestre del ejercicio 2010, justifican la significativa variación de la rentabilidad en ambos segmentos y especialmente en Iberia.

(ii) En los Países Emergentes el esfuerzo realizado para contener la subida de gastos por debajo de la subida de las ventas, la mayor absorción de los costes fijos derivada de la fase de crecimiento y el traspaso a de establecimientos “CO-CO” a franquicias (67 establecimientos), ha conseguido incrementar la rentabilidad de este segmento.

c) Estados del resultado global consolidados intermedios

A continuación se presentan los estados de resultado global consolidados intermedios correspondientes a los periodos de tres meses terminados el 31 de marzo de 2011 y 31 de marzo de 2010, preparados bajo NIIF-UE.

<i>(miles de euros)</i>	31/03/2011	31/03/2010
Beneficio neto del ejercicio	2.822	(20.586)
<u>Otro resultado global:</u>		
Diferencias de conversión de estados financieros de negocios en el extranjero	(877)	(180)
Coberturas de flujos de efectivo	(122)	307
Efecto impositivo	37	(92)
	(85)	215
Transferencias a la cuenta de resultados consolidada	(962)	35
Resultado global total del ejercicio, neto de impuestos	1.860	(20.551)
Atribuido a:		
Tenedores de instrumentos de patrimonio neto de la dominante	2.654	(18.616)
Participaciones no dominantes	(794)	(1.935)
	1.860	(20.551)

d) Estados de cambios en el patrimonio neto consolidados intermedios

A continuación se presentan los estados de cambios en el patrimonio neto consolidado intermedios correspondientes a los periodos de tres meses terminados el 31 de marzo de 2011 y 31 de marzo de 2010, preparados bajo NIIF-UE.

<i>(miles de euros)</i>	Capital escriturado	Prima de emisión	Reservas y resultados acumulados	Cobertura de flujos de efectivo	Diferencias de conversión	Otras aportaciones de socios	Patrimonio neto atribuido a la Sociedad dominante	Participaciones no dominantes	Total patrimonio neto
Al 1 de enero de 2010	3.899	848.533	(54.525)	(94)	1.678	11.614	811.105	(6.242)	804.863
Resultado neto del periodo	-	-	(18.878)	-	-	-	(18.878)	(1.708)	(20.586)
Otro resultado global del ejercicio, neto de impuestos	-	-	-	215	47	-	262	(227)	35
Diferencias de conversión de estados financieros de negocios en el extranjero	-	-	-	-	47	-	47	(227)	(180)
Cobertura de flujos de efectivo	-	-	-	215	-	-	215	-	215
Resultado global total del ejercicio	-	-	(18.878)	215	47	-	(18.616)	(1.935)	(20.551)
Operaciones con socios o propietarios	-	-	(1.134)	-	-	1.011	(123)	-	(123)
Emisión de pagos basados en acciones (Nota 15)	-	-	-	-	-	1.011	1.011	-	1.011
Cancelaciones de pagos basados en acciones (Nota 15)	-	-	(1.134)	-	-	-	(1.134)	-	(1.134)
Al 31 de marzo de 2010	3.899	848.533	(74.537)	121	1.725	12.625	792.366	(8.177)	784.189
Al 1 de enero de 2011	3.899	848.533	(443.247)	(20)	4.594	16.524	430.283	(7.794)	422.489
Resultado neto del periodo	-	-	4.080	-	-	-	4.080	(1.258)	2.822
Otro resultado global del ejercicio, neto de impuestos	-	-	-	(85)	(1.341)	-	(1.426)	464	(962)
Diferencias de conversión de estados financieros de negocios en el extranjero	-	-	-	-	(1.341)	-	(1.341)	464	(877)
Cobertura de flujos de efectivo	-	-	-	(85)	-	-	(85)	-	(85)
Resultado global total del ejercicio	-	-	4.080	(85)	(1.341)	-	2.654	(794)	1.860
Operaciones con socios o propietarios	64.035	(64.035)	2.720	-	-	(2.086)	634	94	728
Emisión de acciones (Nota 11.1)	64.035	(64.035)	-	-	-	-	-	-	-
Emisión de pagos basados en acciones (Nota 15)	-	-	-	-	-	1.114	1.114	-	1.114
Cancelaciones de pagos basados en acciones (Nota 15)	-	-	2.720	-	-	(3.200)	(480)	-	(480)
Entrada en el perímetro por integración global (Nota 2)	-	-	-	-	-	-	-	94	94
Al 31 de marzo de 2011	67.934	784.498	(436.447)	(105)	3.253	14.438	433.571	(8.494)	425.077

Comentarios de variaciones significativas de los estados de cambios en el patrimonio neto consolidados intermedios preparados bajo NIIF-UE

Las variaciones significativas de los estados de cambios en el patrimonio neto consolidado intermedio se indican en el apartado 20.1.6 a) del presente documento de Registro.

e) Estados de flujos de efectivo consolidados intermedios

A continuación se presentan los estados de flujos de efectivo consolidados intermedios orrespondientes a los periodos de tres meses terminados el 31 de marzo de 2011 y 31 de marzo de 2010, preparados bajo NIIF-UE.

<i>(miles de euros)</i>	31/03/2011	31/03/2010
<u>Actividades de explotación</u>		
Beneficio (Pérdida) antes de impuestos de las actividades continuadas	13.343	(7.548)
Pérdida antes de impuestos de las actividades interrumpidas	-	(3.635)
Resultado antes de impuestos	13.343	(11.183)
Ajustes al resultado:	85.355	84.038
Amortización del inmovilizado	62.543	62.981
Deterioro de activos	-	(539)
Pérdida/(Beneficio) por venta de inmovilizado	4.251	9.825
Ingresos financieros	(1.974)	(1.868)
Gastos financieros	8.338	4.353
Dotación (reversión) neta de provisiones y subvenciones	4.686	(15)
Amortización de elementos logísticos incluidos en "Consumo de mercaderías"	7.511	7.265
Otros ajustes en operaciones interrumpidas	-	2.036
Ajustes al capital circulante:	(116.746)	(33.147)
Variación en los deudores comerciales y otras cuentas a cobrar	(29.627)	(12.320)
Variación de existencias	(37.326)	(32.182)
Variación en acreedores comerciales y otras cuentas a pagar	(59.290)	16.858
Variación en los compromisos de créditos al consumo	(73)	(2.181)
Variación de otros activos	(5.199)	(15.426)
Variación de otros pasivos	14.769	9.070
Otros ajustes por traspasos a activos y pasivos mantenidos para la venta	-	3.034
Flujos de efectivo netos de las actividades de explotación	(18.048)	39.708
<u>Actividades de inversión</u>		
Adquisición de activos intangibles	(810)	(4.930)
Adquisición de inmovilizado material	(76.558)	(90.861)
Adquisición de instrumentos financieros	(1.718)	-
Enajenación de activos de inmovilizado material	219	2.988
Intereses cobrados	1.643	1.761
Otros ajustes por traspasos a activos y pasivos mantenidos para la venta	-	(771)
Efectivo y equivalentes al efectivo por cambio en la estructura del Grupo	892	-
Flujos de efectivo netos de las actividades de inversión	(76.332)	(91.813)
<u>Actividades de financiación</u>		
Importes procedentes (reembolsados) de deuda financiera	(29.263)	7.214
Intereses pagados	(8.227)	(4.347)
Flujos de efectivo netos de las actividades de financiación	(37.490)	2.867
Variación neta del efectivo y equivalentes al efectivo	(131.870)	(49.238)
Diferencias de cambio netas	(13.443)	10.238
Efectivo y equivalentes al efectivo al 1 de enero	316.842	250.778
Efectivo y equivalentes al efectivo al 31 de marzo	171.529	211.778

Comentarios de variaciones significativas de los estados de flujos de efectivo consolidados intermedios preparados bajo NIIF-UE

De los estados de flujos de efectivo consolidados intermedios a 31 de marzo de 2011 cabe destacar las siguientes variaciones significativas comparadas con este estado al 31 de marzo de 2010:

- **Flujos de efectivo netos de actividades de explotación:** durante los tres primeros meses del ejercicio, 2011 la caja de las actividades operativas fue deficitaria en 18.048 miles de euros, lo que supone una disminución de 57.756 miles de euros, que representa una variación del 145% respecto a los 39.708 miles de euros de los tres primeros meses del ejercicio 2010. Este decremento se explica en gran medida por la variación experimentada en el capital circulante, que ascendió a 83.599 miles de euros, disminución que se vio parcialmente compensada por el incremento en el resultado antes de impuestos, que ascendió, para los tres primeros meses de 2011, a 13.343 miles de euros (lo que supone un incremento de 24.526 miles de euros con respecto a los tres primeros meses del 2010).

Las principales variaciones en el resultado antes de impuestos son:

- El aumento del beneficio antes de impuestos de las actividades continuadas (20.891 miles de euros, un 276,8% superior); compensado por:
- La reducción de las pérdidas antes de impuestos de las actividades interrumpidas (en los tres primeros meses del 2011 no existen resultados por este concepto, mientras que durante los tres primeros meses del 2010 estos resultados fueron negativos por 3.635 miles de euros, como consecuencia de las pérdidas de Dia Hellas, A.E.).

Las principales variaciones en el capital circulante son las siguientes:

- Las cuentas a cobrar de deudores comerciales supusieron un consumo de caja de 29.627 miles de euros durante los tres primeros meses del 2011 en comparación con el saldo de los tres primeros meses del 2010, derivado principalmente de un ligero aumento del período medio de cobro de las cuentas a cobrar (de 7 días a diciembre de 2010, a 8 días a marzo de 2011).
- Las cuentas a pagar a acreedores comerciales, que han impactado negativamente la caja en 59.290 miles de euros (lo que supone un consumo de caja por este importe) debido a principalmente a la evolución del período medio de pago de acreedores (de 82 días a diciembre de 2010 a 80 días a marzo de 2011).

- **Flujos de efectivo netos de actividades de inversión:** En los tres primeros meses del ejercicio 2011, la tesorería neta aplicada a actividades de inversión ascendió a 76.332 miles de euros, lo que supuso una reducción del 17% respecto a los 91.813 miles de euros en los tres primeros meses del ejercicio 2010, debido principalmente a:

- Una disminución de las adquisiciones de inmovilizado material por 14.303 miles de euros relacionado principalmente con la evolución del coste unitario de las aperturas y las transformaciones de establecimientos.
- Una reducción de los fondos obtenidos por la enajenación de activos de inmovilizado material (2.988 miles de euros en los tres primeros meses de 2010, comparado con 219 miles de euros en los tres primeros meses de 2011).
- Una disminución de las inversiones realizadas en la adquisición de activos intangibles, cuyo desembolso en los tres primeros meses del ejercicio 2010 ascendió a 4.390 miles de euros, frente a los 810 miles de euros del ejercicio 2011.

- **Flujos de efectivo netos de actividades de financiación:** En los tres primeros meses del ejercicio 2011, los flujos de caja aplicados en las actividades de financiación ascendieron a 37.490 miles de euros, lo que supuso un incremento de 1.408%, con respecto a los 2.867 miles de euros generados en los tres primeros meses del ejercicio 2010, debido fundamentalmente a una combinación de los siguientes factores:

- Pago de la deuda financiera por importe de 29.263 miles de euros en los tres primeros meses del ejercicio 2011, lo que supone un incremento de 36.477 miles de euros con respecto al primer trimestre del ejercicio 2010.
- Pago de intereses financieros por importe de 8.227 miles de euros, lo que supone un incremento de 3.880 miles de euros con respecto al primer trimestre del ejercicio 2010.

- Adicionalmente, durante los tres primeros meses de 2011 existen **diferencias de cambio netas** que impactan negativamente la caja por importe de 13.443 miles de euros, debido a Turquía, Brasil, Argentina, y China (por importes de -4.180 -2.376 -3.496 -3.391 miles de euros, debido fundamentalmente a la apreciación del euro).

Nótese que las variaciones experimentadas en el capital circulante durante el primer trimestre de 2011 responden fundamentalmente a: (i) cambios en las cuentas de acreedores comerciales y otras cuentas a pagar como consecuencia de una cierta estacionalidad en las compras y pequeñas oscilaciones en los periodos medios de pago; y (ii) cambios en las cuentas de existencias, como consecuencia de la estacionalidad de las mismas (lo que implica bajos niveles de inventario a finales de año y progresivo aumento de los mismos a inicios del siguiente ejercicio).

- 20.6.2 **Si la fecha del documento de registro es más de nueve meses posterior al fin del último ejercicio auditado, debería contener información financiera intermedia que abarque por lo menos los primeros seis meses del ejercicio y que puede no estar auditada (en cuyo caso debe declararse este extremo).**

No aplicable.

20.7 Política de dividendos

- 20.7.1 **Importe de los dividendos por acción por cada ejercicio para el período cubierto por la información financiera histórica, ajustada si ha cambiado el número de acciones del Emisor, para que así sea comparable.**

El detalle de los dividendos pagados y propuestos en los últimos tres ejercicios es el siguiente

<i>(miles de euros)</i>	2010	2009	2008
Dividendos sobre acciones ordinarias	80.000	75.000	70.000
Dividendo extraordinario	452.000	-	-
Total dividendos	532.000	75.000	70.000
Dividendos por acción (en euros)	820	116	108

El importe de las ganancias básicas por acción se calcula dividiendo el beneficio neto del ejercicio atribuible a la Sociedad en cada ejercicio entre el número medio ponderado de acciones ordinarias en circulación durante el ejercicio, que en 2008, 2009 y 2010 se mantenía constante en 648.717 acciones.

No existen instrumentos de patrimonio que puedan tener un efecto dilutivo sobre las ganancias por acción y, por lo tanto, el importe de las ganancias diluidas por acción es igual al de las ganancias básicas por acción.

Una vez aprobado por la junta general de accionistas de Carrefour Société Anonyme el reparto de la totalidad del capital social de DIA como dividendo en especie a los accionistas de Carrefour Société Anonyme y la admisión a negociación de las acciones de DIA en las Bolsas de Valores españolas, DIA repartirá un dividendo extraordinario de 368.600 miles de euros (0,54 euros de dividendos por acción) a Norfin Holder, S.L., su accionista único, que se prevén realizar contra la prima de emisión (166.341 miles de euros) y contra reservas (202.259 miles de euros).

Tras la admisión a negociación de las acciones de DIA en las Bolsas de Valores, la intención de DIA es definir la política de dividendos en base a la distribución de entre un 30% y un 50% del beneficio neto de la sociedad dominante de cada ejercicio social.

A los efectos oportunos y a la fecha del presente Documento de Registro, la reserva legal de DIA asciende aproximadamente a 780 miles de euros. Dado que el capital social de la Sociedad fue ampliado el pasado 25 de marzo de 2011 (tal y como se explica en el apartado 21.1.7 siguiente), la mencionada

reserva legal habrá de ser dotada en la forma y cuantías mínimas establecidas en la Ley (esto es, destinando a esta reserva una cifra igual al diez por ciento del beneficio de cada ejercicio) hasta alcanzar la cifra de aproximadamente 13.587 miles de euros.

20.8 Procedimientos judiciales y de arbitraje

El Grupo DIA se haya incurso, a la fecha del presente Documento de Registro, en diversos litigios y arbitrajes. A 31 de diciembre de 2010, la cuantía total aproximada de dichos litigios y recursos alcanzaba los 231.237 miles de euros, teniendo el Grupo DIA constituidas provisiones por litigios y arbitrajes por un importe total de 176.038 miles de euros; a 31 de marzo de 2011, la cuantía total de las mencionadas provisiones ascendía a 179.396 miles de euros. A efectos aclaratorios y en cuanto a los criterios de provisión, el Grupo DIA analiza caso por caso los procedimientos existentes, considerando los riesgos y las probabilidades de éxito definidas por las firmas externas de abogados a las que se les confía la defensa de los intereses del Grupo DIA.

A los efectos del presente Documento de Registro, en los apartados 20.8.1, 20.8.2 y 20.8.3 siguientes, se detalla un listado de los litigios en curso cualitativa y cuantitativamente más relevantes del Grupo DIA.

20.8.1 A continuación se resumen los principales litigios y arbitrajes de carácter civil en los que alguna de las sociedades del Grupo DIA es parte a la fecha de registro del presente Documento de Registro:

(a) Reclamación de daños y perjuicios en relación con la resolución de un contrato de arrendamiento de almacén (España)

Se trata de una acción interpuesta por la sociedad Inversores Varios, S.A. contra DIA ante el Juzgado de Primera Instancia número 16 de Sevilla, para la reclamación judicial de los daños y perjuicios, así como del lucro cesante, que, según la actora, DIA causó como consecuencia del deficiente estado de conservación y mantenimiento en el que se encontraba el inmueble objeto de arrendamiento a la finalización del mismo. El importe reclamado asciende a la cantidad total de 3.005.590,74 euros, más 83.347,63 euros por cada mes que transcurra desde el 1 de agosto de 2008 hasta el día en el que la correspondiente sentencia sea firme, en concepto de lucro cesante. La provisión por este litigio a 31 de marzo de 2011 ha ascendido a 1.100.000 euros.

En la actualidad este proceso se encuentra en tramitación, estando prevista su audiencia previa para el día 18 de octubre de 2011.

(b) Reclamación en torno a la cesión de un local comercial (Francia)

Una sociedad francesa gestionaba un establecimiento comercial en la localidad de St. Chely d'Acher, en el marco de un contrato de franquicia. Dicha sociedad solicitó a ED Franchise la adquisición del mencionado establecimiento comercial, quien aceptó dicha pretensión, sometida al cumplimiento de determinadas condiciones. Como estas condiciones no

resultaron cumplidas, la adquisición del establecimiento no ha podido producirse.

A día de hoy, la cuantía reclamada a ED Franchise asciende aproximadamente a 1.300.000 euros, por incumplimiento de sus compromisos.

El asunto está actualmente pendiente de resolución ante un tribunal arbitral.

(c) Reclamación de cantidad por la construcción de un almacén (Francia)

ED SAS encargó a una empresa la realización de determinados trabajos en el almacén de La Courneuvre. Estas empresas no han alcanzado un acuerdo en torno al pago del saldo derivado de los mencionados trabajos.

A día de hoy, la cuantía reclamada a ED SAS asciende aproximadamente a 1.300.000 euros.

El proceso se encuentra actualmente en trámite ante el Tribunal de Comercio de París, habiendo designado su Presidente un experto, con el objeto de que éste dé su parecer en torno a las cuentas de las partes.

20.8.2 A continuación se resumen los principales procedimientos de carácter fiscal en los que alguna de las sociedades del Grupo DIA es parte a la fecha de registro del presente Documento de Registro:

(a) Recursos en torno a la liquidación del Impuesto sobre Sociedades en los ejercicios 1994, 1995 y 1997 a 2006 (España)

En el siguiente cuadro se resumen los procedimientos más relevantes, abiertos a fecha del presente Documento de Registro, en relación con la liquidación del Impuesto sobre Sociedades:

ESPAÑA

IMPUESTO SOBRE SOCIEDADES				
EJERCICIO	PROCEDIMIENTO	SITUACIÓN ACTUAL	MOTIVOS	TOTAL (€)
1994	Recurso de casación 1360/2007	Pendiente de dictarse sentencia.	(i) prescripción del derecho de la administración a determinar la deuda tributaria, (ii) amortización de gastos por modificación de estructura empresarial y (iii) aplicación de diversas deducciones (deducción por activos fijos nuevos y por creación de empleo).	4.902.724,64
1995	Recurso de casación 1286/2008	Pendientes de señalamiento para votación y fallo.	(i) prescripción del derecho de la administración a determinar la deuda tributaria, (ii) amortización de gastos por modificación de estructura empresarial y (iii) deducción por actividades de exportación aplicada y acreditada en el ejercicio 1995.	3.261.705,99
1997	Recurso de casación 2125/2007	Pendientes de señalamiento para votación y fallo.	Determinación del derecho del Grupo DIA a la deducción por actividades de exportación aplicada y acreditada en el ejercicio 1997.	6.431.219,47
1998-2001	Recurso de casación 6995/09	Pendientes de señalamiento para votación y fallo.	Determinación del derecho del Grupo DIA a la deducción por actividades de exportación aplicada y acreditada en los ejercicios 1998 a 2001.	26.317.112,78
2002	Recurso de casación 2902/09	Pendientes de señalamiento para votación y fallo.	Determinación del derecho del Grupo DIA a la deducción por actividades de exportación aplicada y acreditada en el ejercicio 2002.	1.051.576,26
2003	Recurso contencioso- administrativo 393/2009	Pendientes de señalamiento para votación y fallo.	Determinación del derecho del Grupo DIA a la deducción por actividades de exportación aplicada y acreditada en el ejercicio 2003.	18.342.796,22
2004-2006	Reclamación económico- administrativa ante el TEAC	Pendiente de resolución.	Determinación del derecho del Grupo DIA a la deducción por actividades de exportación aplicada y acreditada en los ejercicios 2004 a 2006.	22.556.834,91
TOTAL				82.863.970,27

(b) Procedimiento en torno a la liquidación del Impuesto sobre el Valor Añadido en los ejercicios 1995 y 1996 (España)

Se trata de un recurso de casación (nº 2885/2006) seguido ante el Tribunal Supremo, interpuesto frente a la sentencia de 24 de marzo de 2006 dictada por la Audiencia Nacional por la que se desestimaba el recurso contencioso administrativo nº 220/2003 sobre la liquidación en concepto del Impuesto sobre el Valor Añadido, ejercicios 1995 y 1996. Cuantía del procedimiento: 3.672.659,61 euros.

El litigio se encuentra pendiente de resolución.

El objeto del recurso consiste en determinar si la rentabilización de los excesos de liquidez originados por la actividad de venta al por menor en supermercados del Grupo DIA constituye una operación financiera a efectos del Impuesto sobre el Valor Añadido, debiendo tenerse en cuenta los ingresos financieros obtenidos para el cálculo de la prorrata de deducción.

(c) Procedimiento en torno al redondeo efectuado en relación con el impuesto sobre el valor añadido (Francia)

Las autoridades fiscales francesas han venido discrepando con el criterio de redondeo empleado por ED SAS, en los ejercicios fiscales 2004 a 2008, en el impuesto sobre el valor añadido, considerando aquéllas que: dicho impuesto debería haber sido calculado y redondeado hasta el decimal más alto, que el método de cálculo y redondeo aplicado por ED SAS llevaba a una drástica reducción del impuesto a ser pagado a la administración tributaria francesa y que este método de cálculo era contrario al principio de neutralidad y proporcionalidad que se deriva de las Directivas Europeas correspondientes.

En este sentido, la estimación económica en concepto de impuesto sobre el valor añadido no ingresado realizada por la administración tributaria francesa para los ejercicios fiscales 2004 y 2005 fue rechazada por ED SAS, que planteó un litigio ante el Tribunal Administrativo de Montreuil con fecha 8 de febrero de 2010. A día de hoy no existe pronunciamiento definitivo sobre este pleito por parte de dicho Tribunal.

Adicionalmente las estimaciones realizadas por la administración tributaria francesa sobre los ejercicios 2006, 2007 y 2008 han sido rechazadas por ED SAS, aunque no existe un litigio planteado sobre las mismas a día de hoy.

La cantidad total estimada por la administración tributaria francesa en concepto de impuesto sobre el valor añadido no ingresado para los ejercicios 2004 a 2008 asciende a 61.672.639 euros, habiendo abandonado este método de redondeo la sociedad a partir de 2009.

(d) Procedimiento en torno a la devolución del arancel aplicable a la adquisición de productos cárnicos (Francia)

Desde el 1 de enero de 1993 hasta el 31 de diciembre de 2003, se aplicaba un arancel a las compras de productos cárnicos, a satisfacer por sus

vendedores minoristas, con el fin de financiar un servicio público para la recogida y destrucción de residuos de origen animal en el territorio francés.

ED SAS inició un procedimiento pre-contencioso a los efectos de reclamar la cantidad de 12.168.066 euros recaudados por este concepto por el periodo comprendido entre el 1 de enero de 2002 y el 31 de octubre de 2003, argumentando que el arancel aplicado había sido obtenido de forma ilegal. La pretensión de ED SAS fue aceptada y la administración tributaria francesa procedió a devolver a ED SAS la cantidad antes mencionada.

Sin embargo, el 12 de noviembre de 2004, la administración tributaria francesa modificó su postura inicial, aduciendo que la devolución del arancel no podía basarse en el período comprendido desde el 1 de enero de 2001, dado que esa era la fecha en la cual el régimen del citado arancel había sido modificado a los efectos de adecuarse a las decisiones del Tribunal Europeo de Justicia. Como consecuencia de ello, la administración tributaria francesa solicitó en diciembre de 2004 la devolución de las cantidades satisfechas a ED SAS, junto con los correspondientes intereses. Dos años más tarde, ED SAS recibió dos notificaciones de recobro que se elevaban a la suma de 12.573.492 euros y 205.627 euros como intereses de demora.

ED SAS se opuso formalmente a las notificaciones de recobro en octubre de 2007. En febrero de 2008 el Tesoro francés solicitó la devolución de las citadas cantidades. Esta cantidad ha sido reconocida en el balance de la compañía y asciende a 12.799.000 euros.

(e) Procedimiento en torno al impuesto profesional (Francia)

ED SAS está inmerso en litigios fiscales como resultado del cambio del método de cálculo establecido por la administración tributaria francesa desde el ejercicio 2004 para la valoración de los almacenes de ED SAS, que pasan de valorarse como inmuebles comerciales para ser considerados a efectos fiscales inmuebles industriales. Este cambio en la valoración ha supuesto un incremento en la estimación realizada por la administración tributaria francesa del impuesto profesional debido por ED SAS para los ejercicios 2004 a 2009. En particular, por los ejercicios 2006 y 2007, la administración tributaria francesa reclama un incremento de 1.739.192 euros; dado que a fecha 31 de diciembre de 2010 ED SAS no había sido notificado por dicha reclamación, se ha creado una provisión contable para el caso de que finalmente la mencionada cantidad le sea notificada y debidamente reclamada.

(f) Futuros procedimientos en el impuesto por propiedades edificadas o por edificar (Francia)

Como consecuencia de que el valor de mercado del arrendamiento se utiliza para la estimación del cálculo del impuesto sobre propiedad edificada o por edificar, ED SAS ha recibido varias notificaciones de reestimación de cálculo del mismo por la administración tributaria francesa, que asciende a 1.210.926 euros. Las citadas reestimaciones serán discutidas por ED SAS a lo largo del ejercicio 2011.

(g) Procedimientos en torno a la devolución de diversos impuestos (Brasil)

DIA Brasil Sociedades Limitada tiene interpuestas ciertas reclamaciones solicitando la devolución de diversos impuestos a las autoridades fiscales brasileñas por importe de aproximadamente 21 millones de euros. Dado que las cuantías en discordia o bien han sido abonadas a las mencionadas autoridades fiscales o bien han sido depositadas judicialmente por parte de DIA Brasil Sociedades Limitada, no existe riesgo alguno para el Grupo DIA derivado de estos procedimientos.

20.8.3 Desde el punto de vista laboral y a diferencia de lo que ocurre en el resto de países en los que el Grupo DIA tiene presencia, el número de pleitos en Brasil en este ámbito es relativamente elevado, alcanzando a 31 de diciembre de 2010 los 930 procedimientos y una cuantía global de aproximadamente 20.000.000 euros. Ello es debido, principalmente, a la tendencia generalizada pro-empleado de los tribunales de esta jurisdicción y a los dilatados períodos de prescripción de este tipo de procesos.

Por otro lado y en cuanto a Francia y Argentina se refiere, si bien existían a 31 de diciembre un total de 321 y 263 pleitos laborales en curso, respectivamente, la cuantía global de los mismos no superaba los 11.000.000 y los 6.000.000 de euros, respectivamente. A este último país le son igualmente aplicables los motivos esgrimidos anteriormente en relación con el número de pleitos laborales existentes en Brasil.

Independientemente de lo anterior, a continuación se resumen los principales procedimientos de carácter laboral en el que alguna de las sociedades del Grupo DIA es parte a la fecha de registro del presente Documento de Registro:

(a) España

DIA mantiene un proceso contencioso-administrativo contra la Inspección de Trabajo, por un expediente sancionador en torno a 67 actas de liquidación acumuladas. Estas Actas de infracción se han levantado como consecuencia de la falta de cotización del denominado sistema "forfait". Este sistema ha consistido en el abono de una cantidad al mes (generalmente fija) a determinados trabajadores con el propósito de compensar los gastos de desplazamiento en los que incurrieran. Sobre estas cantidades no se procedía a cotizar por haber entendido DIA que no se percibían en concepto de salario, sino como compensación de gastos de desplazamiento.

La cantidad reclamada por la Inspección asciende a 1.593.027,55 euros. A esta cantidad se debería añadir además un recargo del 35% (557.559,64 euros) y un 3% en concepto de costas procesales (64.517,61), pudiéndose alcanzar por estos tres conceptos la suma total de 2.215.104,8 euros. DIA mantiene avaladas las cantidades que se pudieran derivar de un pronunciamiento judicial no favorable, por medio de dos avales bancarios, por 1.911.633,06 euros y 303.471,74 euros, respectivamente. Asimismo, además de las cuantías expuestas, en el caso de ser DIA condenada a su abono, se habrían devengado intereses, que deberán de ser calculados desde

la fecha del levantamiento del Acta correspondiente hasta la fecha del abono efectivo.

Actualmente, el proceso se encuentra en espera de sentencia por parte del Tribunal Superior de Justicia de Madrid.

(b) Brasil

Fruto de una inspección solicitada por el Ministerio de Trabajo brasileño, el Fondo de Trabajo brasileño impuso en agosto de 2009 una sanción a DIA Brasil Sociedade Limitada por valor de aproximadamente 1.220.699 euros, por considerar que el denominado "*Proyecto Familia*" (proyecto existente en el pasado, bajo el cual no existe actualmente ningún establecimiento comercial) incumplía lo establecido en la normativa brasileña. En septiembre de 2009, DIA Brasil Sociedade Limitada presentó sus alegaciones a dicha sanción. Actualmente, se está a la espera de su resolución en vía administrativa. Tras la conclusión de esta vía, queda abierta en todo caso la posibilidad de interponer una reclamación judicial.

20.9 Cambios significativos en la posición financiera o comercial del Emisor

Desde el 31 de marzo de 2011 y hasta la fecha del presente Documento de Registro, siendo aquella la fecha de la última información financiera consolidada de DIA, no se ha producido ningún cambio significativo en la posición financiera o comercial del Grupo DIA, a excepción de la suscripción del préstamo sindicado que se describe en la sección 10 anterior.

21. INFORMACIÓN ADICIONAL

21.1 Capital social

21.1.1 Importe del capital emitido, y para cada clase de capital social:

El capital social de la Sociedad es de sesenta y siete millones novecientos treinta y tres mil seiscientos (67.933.600) euros, representado por seiscientos setenta y nueve millones trescientas treinta y seis mil (679.336.000) acciones de diez céntimos de euro (0,10 euros) de valor nominal cada una, que pertenecen a una misma clase, suscritas y desembolsadas en su integridad.

Las acciones están representadas por medio de anotaciones en cuenta, siendo la entidad encargada de la llevanza del registro contable la Sociedad de Gestión de los Sistemas de Registro, Compensación y Liquidación de Valores, S.A. (Iberclear) y sus entidades participantes.

21.1.2 Si hay acciones que no representan capital, se declarará el número y las principales características de esas acciones

No existen acciones que no sean representativas del capital social.

21.1.3 Número, valor contable y valor nominal de las acciones del Emisor en poder o en nombre del propio Emisor o de sus filiales

A fecha de registro del presente Documento de Registro, la Sociedad no posee acciones en autocartera.

El accionista único, en fecha 9 de mayo de 2011, ha decidido autorizar expresamente al consejo de administración, con facultad expresa de delegación, de acuerdo con lo establecido en el artículo 146 de la Ley de Sociedades de Capital, para la adquisición derivativa de acciones de la Sociedad en las siguientes condiciones:

(a) Las adquisiciones podrán realizarse directamente por la Sociedad o indirectamente a través de sus sociedades dependientes en los mismos términos que aquí se detallan.

(b) Las adquisiciones se realizarán mediante operaciones de compraventa, permuta o cualquier otra permitida por la Ley.

(c) Las adquisiciones podrán realizarse, en cada momento, hasta la cifra máxima permitida por la Ley.

(d) Las adquisiciones podrán realizarse a cualquier precio que esté justificado aunque, una vez que las acciones de la Sociedad sean admitidas a cotización, no podrán realizarse a un precio superior del que resulte en Bolsa.

(e) La mencionada autorización se otorga por un plazo máximo de cinco (5) años desde la entrada en vigor del acuerdo en el que se adoptó.

Expresamente se hizo constar que las acciones que se adquiriesen como consecuencia de esta autorización podrían ser empleadas para su entrega directa a los trabajadores o administradores de la Sociedad, o como consecuencia del ejercicio de derechos de opción de que aquéllos fueran titulares, de conformidad con lo previsto en el párrafo tercero del apartado 1, letra a), del artículo 146 de la Ley de Sociedades de Capital

21.1.4 Importe de todo valor convertible, valor canjeable o valor con warrants, indicando las condiciones y los procedimientos que rigen su conversión, canje o suscripción

A la fecha de registro del presente Documento de Registro, la Sociedad no ha emitido derechos de suscripción, obligaciones convertibles en acciones ni ningún otro instrumento financiero similar que pudiera dar derecho, directa o indirectamente, a la suscripción de acciones de la Sociedad, ni ha adoptado acuerdos a tal efecto.

21.1.5 Información y condiciones de cualquier derecho de adquisición y/o obligaciones con respecto al capital autorizado pero no emitido o sobre un compromiso de aumentar el capital

A la fecha de registro del presente Documento de Registro, la Sociedad no ha emitido (ni ha adoptado acuerdos a tal efecto) derechos de adquisición y/o obligaciones con respecto al capital autorizado ni existe compromiso alguno para aumentar el capital social de la Sociedad.

21.1.6 Información sobre cualquier capital de cualquier miembro del Grupo DIA que esté bajo opción o que se haya acordado condicional o incondicionalmente someter a opción y detalles de esas opciones, incluidas las personas a las que se dirigen esas opciones

No existe ninguna opción de compra o suscripción sobre acciones de cualquier miembro del Grupo DIA a la fecha de registro del presente Documento de Registro.

21.1.7 Evolución del capital social, resaltando la información sobre cualquier cambio durante el período cubierto por la información financiera histórica

En el siguiente cuadro se indican las últimas variaciones registradas tanto en el capital social como en el valor nominal de la acción.

Variaciones en el capital social	Fecha	Capital social resultante (euros)	Acciones / valor nominal
Ampliación de capital con cargo a aportación no dineraria, mediante la creación de nuevas acciones	29/11/2004	3.898.789,17	648.717 6,01

Variaciones en el capital social	Fecha	Capital social resultante (euros)	Acciones / valor nominal
Ampliación de capital con cargo a reservas por prima de emisión y simultáneo desdoblamiento del valor nominal de las acciones	25/03/2011	67.933.600	679.336.000 0,10

21.2 Estatutos y escritura de constitución

21.2.1 Descripción del objeto social y fines del Emisor y dónde pueden encontrarse en los estatutos y escritura de constitución

El objeto social de la Sociedad viene definido en el artículo 2 de los estatutos sociales:

"1. La Sociedad tiene por objeto la realización de las siguientes actividades, tanto en territorio nacional como extranjero:

- (a) La comercialización al por mayor o al por menor en el mercado interno y externo de productos del ramo de alimentación y de cualesquiera otros productos destinados al consumo.*
- (b) La prestación de servicios de colaboración empresarial de todo tipo para la comercialización de productos y servicios de telecomunicaciones, y muy especialmente de telefonía, mediante la conclusión de los oportunos acuerdos con las compañías habilitadas para el suministro y distribución de todos estos productos y servicios. Dicha colaboración incluirá en todo caso y en la medida permitida por la legislación aplicable la comercialización de los referidos productos y servicios de telecomunicaciones.*
- (c) La realización de actividades relacionadas con la comercialización y/o la venta a través de internet o cualesquiera medios telemáticos de toda clase de productos y servicios de lícito comercio, y en especial productos de alimentación, del hogar y pequeños electrodomésticos, productos multimedia, informáticos, artículos de fotografía, telefonía y productos de imagen o sonido, así como la prestación de toda clase de servicios a través de internet o cualesquiera otros medios telemáticos.*
- (d) La realización de actividades propias de las agencias de viajes, tanto mayoristas como minoristas, incluyendo, entre otras, la organización y venta de los denominados viajes combinados.*

- (e) *La actividad de distribución al por menor de productos petrolíferos así como la explotación de estaciones de servicio y el comercio al por menor de carburantes y combustibles de venta al público.*
- (f) *La adquisición, tenencia, disfrute, gestión, administración y enajenación de valores representativos del capital de entidades residentes y no residentes en territorio español, mediante la correspondiente organización de medios materiales y personales.*
- (g) *La dirección, coordinación, asesoramiento y apoyo a sociedades participadas o aquellas sociedades con las que colabore en virtud de relaciones contractuales como contratos de franquicia y similares.*
- (h) *La realización de actividades de depósito y almacenaje de toda clase de mercancías y productos, tanto para la Sociedad como para otras empresas.*

2. *La Sociedad podrá desarrollar las actividades integrantes del objeto social ya sea de forma directa o indirecta, mediante la titularidad de acciones o de participaciones en sociedades con objeto idéntico o análogo, o mediante cualesquiera otras fórmulas admitidas en Derecho.*

3. *Si las disposiciones legales exigiesen para algunas de las actividades del objeto social descrito en el párrafo anterior algún título profesional, autorización administrativa o inscripción en los Registros Públicos, dichas actividades deberán desarrollarse por personas que ostenten la titulación exigida, y no podrán iniciarse hasta que se hayan cumplido los requisitos administrativos exigidos u obtenidas las licencias preceptivas.*

4. *En cualquier caso, quedan excluidas del objeto social aquellas actividades para cuyo ejercicio la ley exija requisitos especiales que no cumpla la Sociedad."*

21.2.2 **Breve descripción de cualquier disposición de las cláusulas estatutarias o reglamento interno del Emisor relativa a los miembros de los órganos de administración, de gestión y de supervisión**

(i) **Consejo de administración**

(a) ***Estatutos y Reglamento del consejo de administración***

Los nuevos estatutos sociales, aprobados por decisión del socio único de fecha 25 de marzo de 2011, y el reglamento del consejo de administración de la Sociedad, aprobado por el consejo de administración de la Sociedad en su reunión del 25 de marzo de 2011, que entrarán en vigor cuando se produzca la admisión a cotización de las acciones de la Sociedad, establecen lo siguiente:

- (i) *Composición:* el consejo de administración estará formado por un mínimo de cinco (5) y un máximo de quince (15) miembros. Corresponde a la junta general de accionistas la determinación del número de consejeros. El secretario y, en su caso, el vicesecretario del consejo de administración podrán no ser consejeros.
- (ii) *Clases de consejeros:*
 - (a) Consejeros ejecutivos: los consejeros que desempeñen funciones de alta dirección o sean empleados de la sociedad o de su grupo. A estos efectos, serán considerados como consejeros ejecutivos el presidente, en caso de tener delegadas funciones ejecutivas, el consejero delegado, y los que por cualquier otro título desempeñen responsabilidades de gestión dentro de la Sociedad, o de otras que dependan de la misma.
 - (b) Consejeros externos dominicales: los consejeros que posean una participación accionarial superior o igual a la que se considere legalmente como significativa o que hubieran sido designados por su condición de accionistas, aunque su participación accionarial no alcance dicha cuantía, así como las personas cuyo nombramiento haya sido propuesto por dichos accionistas;
 - (c) Consejeros externos independientes: los consejeros que, designados en atención a sus condiciones personales y profesionales, puedan desempeñar sus funciones sin verse condicionados por relaciones con la Sociedad, sus accionistas significativos o sus directivos;
 - (d) Otros consejeros externos: los consejeros externos que no puedan ser calificados como dominicales o independientes.
- (iii) *Nombramiento:* a excepción de los supuestos en los que el consejero sea nombrado por el sistema de cooptación, para ser nombrado miembro del consejo de administración no se requerirá la condición de accionista.
- (iv) *Duración del cargo:* ejercerán su cargo, a menos que dimitan o sean cesados, durante el plazo de seis (6) años, pudiendo ser reelegidos una o más veces por períodos de igual duración salvo por lo que respecta a los consejeros independientes, que únicamente podrán desempeñar el cargo durante un máximo de dos (2) mandatos.

- (v) *Retribución:* la retribución de los consejeros consistirá en una asignación mensual fija y en dietas de asistencia a las reuniones del consejo de administración y de sus comisiones. El importe máximo de las retribuciones a satisfacer por la Sociedad a sus consejeros por tales conceptos será el que a tal efecto determine la junta general de accionistas, que se mantendrá en vigor hasta tanto no se acuerde su modificación.

El consejo de administración, dentro del límite fijado por la junta general de accionistas, fijará en cada ejercicio el importe concreto a percibir por cada uno de los consejeros, pudiendo graduar la cantidad a percibir por cada uno de ellos en función de:

- su pertenencia o no a órganos delegados del consejo;
- los cargos que ocupe en el mismo o, en general,
- su dedicación a las tareas de administración o al servicio de la Sociedad.

Las retribuciones previstas en los apartados anteriores, derivadas de la pertenencia al consejo de administración, serán compatibles e independientes de las demás percepciones profesionales o laborales que puedan corresponder a los consejeros por el desempeño de labores ejecutivas o de asesoramiento distintas de las de supervisión y decisión colegiada propias de su condición de consejeros, las cuales se someterán al régimen legal que resulte aplicable.

Los consejeros ejecutivos podrán ser retribuidos con la entrega de acciones de la Sociedad o de otra compañía del grupo al que pertenezca, de opciones sobre las mismas o de instrumentos referenciados a su cotización.

Cuando se refiera a acciones de la Sociedad o a instrumentos referenciados a la cotización de las mismas, esta retribución deberá ser acordada por la junta general de accionistas. El acuerdo expresará, en su caso, el número de acciones a entregar, el precio de ejercicio de los derechos de opción, el valor de las acciones que se tome como referencia y el plazo de duración de esta forma de retribución.

La propiedad de las acciones y la facultad de ejercitar las opciones sobre acciones y los derechos a la adquisición de acciones o a una remuneración basada en variación de sus precios estarán sujetas a unos criterios de rendimiento que sean predeterminados y medibles.

La propiedad de las acciones no podrá hacerse efectiva, ni los derechos podrán ser ejercidos, hasta transcurrido un plazo mínimo de tres (3) años desde su adjudicación. Una vez adquirida la plena propiedad de las acciones, los consejeros deberán retener un número mínimo de ellas hasta el final de su mandato con sujeción, en su caso, a la necesidad de financiar costes relacionados con la adquisición de dichas acciones. En este sentido, el número de acciones que se retenga deberá equivaler a dos veces el valor de la remuneración anual total.

La retribución de los consejeros ejecutivos podrá comprender igualmente retribuciones variables ligadas al rendimiento de la Sociedad o sistemas de previsión.

El componente fijo de la remuneración deberá ser suficiente para que la Sociedad pueda retener los componentes variables si el consejero no cumple con los criterios de rendimiento que se hayan fijado.

En el caso de las posibles retribuciones variables, deberá asegurarse que tales retribuciones guardan relación con el desempeño profesional de sus beneficiarios y no derivan simplemente de una evolución general de los mercados o del sector de actividad de la compañía o de otras circunstancias similares. En concreto, los componentes variables de la retribución deberán:

- (a) estar vinculados a criterios de rendimiento que sean predeterminados y medibles;
- (b) promover la sostenibilidad de la Sociedad a largo plazo y abarcar criterios no financieros, como el cumplimiento de las normas y procedimientos, que sean adecuados para la creación en la Sociedad de valor a largo plazo;
- (c) cuando se paguen, una parte importante se aplazará por un período de tiempo mínimo, para comprobar si se cumplen las condiciones de rendimiento establecidas;
- (d) la parte de la retribución sujeta al pago aplazado se determinará en función del peso relativo que tenga el componente variable en comparación con el componente fijo de la retribución; y
- (e) respecto a los acuerdos contractuales suscritos con los Consejeros, se incluirá una cláusula que permita a la Sociedad reclamar el reembolso de los componentes variables de la remuneración, cuando el pago no haya estado ajustado a dichas condiciones de rendimiento o cuando se hayan abonado atendiendo a datos cuya inexactitud quede demostrada después de forma manifiesta.

Los pagos por resolución de contrato no superarán un importe establecido equivalente a dos años de la remuneración fija anual y no se abonarán cuando la resolución del contrato esté causada por un inadecuado rendimiento.

Respecto a los consejeros externos, el consejo adoptará todas las medidas que estén a su alcance para asegurar que su retribución, incluyendo la que en su caso perciban como miembros de las comisiones, se ajuste a los siguientes criterios:

- (a) el consejero externo debe ser retribuido en función de su dedicación efectiva, cualificación y responsabilidad;
- (b) el importe de la retribución del consejero externo debe calcularse de tal manera que ofrezca incentivos para su dedicación, pero no constituya un obstáculo para su independencia; y
- (c) el consejero externo debe quedar excluido de las remuneraciones mediante entrega de acciones, opciones sobre acciones o instrumentos referenciados al valor de la acción, así como de los sistemas de previsión financiados por la Sociedad para los supuestos de cese, fallecimiento o cualquier otro. La limitación anterior no alcanzará a las remuneraciones mediante entrega de acciones, cuando ésta se condicione a que los consejeros externos mantengan las acciones hasta su cese como consejeros.

Los consejeros tendrán derecho al pago de los gastos de viaje justificados en que hayan incurrido para la asistencia a las sesiones del consejo de administración

Las retribuciones de los consejeros externos y de los consejeros ejecutivos, en este último caso en la parte que corresponda a su cargo de consejero al margen de su función ejecutiva, se consignarán en la memoria de manera individualizada para cada consejero.

Junto con el informe anual de gobierno corporativo, el consejo de administración deberá elaborar y difundir un informe anual sobre las remuneraciones de los consejeros y altos directivos, que incluirá información completa, clara y comprensible sobre la política de remuneraciones de la Sociedad aprobada por el Consejo para el año en curso, así como, en su caso, la prevista para años futuros. Incluirá también un resumen global de cómo se aplicó la política de retribuciones durante el ejercicio, así como el detalle de las retribuciones individuales devengadas por cada uno de los consejeros y altos directivos. Este informe se difundirá y someterá a votación, con carácter consultivo y como punto separado del orden del día, a la junta general ordinaria de accionistas.

- (vi) *Reuniones del consejo*: el consejo de administración se reunirá, de ordinario, un mínimo de diez (10) veces al año y cuantas veces se estime oportuno por el presidente para el buen funcionamiento de la Sociedad. Asimismo, el consejo de administración se reunirá también cuando lo solicite, al menos, un tercio (1/3) de sus miembros o dos (2) de los consejeros independientes, en cuyo caso deberá convocarse por orden del presidente. Estos mismos consejeros podrán igualmente solicitar del presidente la inclusión de determinados asuntos en la convocatoria de cualquier sesión del consejo.
- (vii) *Adopción de acuerdos y válida constitución*: no se prevén mayorías reforzadas distintas a las previstas con carácter general en la Ley de Sociedades de Capital para la válida constitución y la adopción de acuerdos por el consejo de administración.
- (viii) *Comisiones*: el consejo de administración podrá designar de su seno una comisión delegada y, en caso de acordarse por el consejo de administración, a uno o varios consejeros delegados.

El consejo de administración designará de su seno una comisión de auditoría y cumplimiento y una comisión de nombramientos y retribuciones, que se regirán por lo establecido en la Ley, los estatutos sociales y el reglamento del consejo de administración.

(b) ***Reglamento interno de conducta en materias relativas a los mercados de valores***

El consejo de administración de DIA aprobó, en su sesión celebrada el 25 de marzo de 2011, y remitió a la CNMV, el reglamento interno de conducta en materias relativas a los mercados de valores, que entrará en vigor en el momento en que se produzca la admisión a cotización de las acciones de la Sociedad.

El reglamento interno de conducta contiene, entre otros aspectos, reglas sobre confidencialidad de la información y operaciones sobre los Valores Afectados efectuadas por las Personas Afectadas.

En concreto, de conformidad con lo establecido en el artículo 83 bis de la Ley del Mercado de Valores y en los artículos 7 y 8 del RD 1333/2005 prevé que se observarán las siguientes conductas en relación con la información privilegiada que pueda existir dentro del ámbito de la Sociedad, bien en relación con los Valores Afectados o en relación con otros, que sea consecuencia de los actos de estudio, preparación o negociación previos a la adopción de decisiones que tengan la consideración de relevantes:

- (i) se limitará el conocimiento de la información estrictamente a aquellas personas, internas o externas a la organización, a las que sea imprescindible;

- (ii) el Director de cumplimiento normativo llevará la custodia y llevanza de un libro registro de información privilegiada (el "**Libro Registro**"), en el que constará de forma separada para cada operación, al menos:
 - (a) la identidad de las personas con acceso a la información privilegiada;
 - (b) el motivo de su inclusión en el Libro Registro; y
 - (c) la fecha desde la que han conocido la información privilegiada;
- (iii) el Libro Registro se actualizará inmediatamente en los siguientes supuestos:
 - (a) cuando se produzca un cambio en los motivos por los que una persona determinada figura en el mismo;
 - (b) cuando sea necesario añadir a una persona nueva; y
 - (c) cuando una persona que conste en el Libro Registro deje de tener acceso a información privilegiada, en cuyo caso, se dejará constancia de la fecha en que se produce dicha circunstancia.
- (iv) el Director de cumplimiento normativo advertirá expresamente a las personas incluidas en el Libro Registro del carácter privilegiado de la información que poseen, de su inclusión en el Libro Registro como personas conocedoras de la información, de su deber de confidencialidad y de la prohibición de su uso de acuerdo con lo señalado en la normativa aplicable y en el presente reglamento;
- (v) se establecerán medidas de seguridad para la custodia, archivo, acceso, reproducción y distribución de la información privilegiada;
- (vi) se someterá la realización de operaciones sobre acciones propias de la Sociedad o instrumentos financieros a ellas referenciados a medidas que eviten que las decisiones de inversión o desinversión puedan verse afectadas por el conocimiento de la información privilegiada;
- (vii) se vigilará la evolución en el mercado de los Valores Afectados por la información privilegiada y las noticias que los difusores profesionales de información económica y los medios de comunicación emitan y que pudieran afectarles.

En el supuesto de que se produzca una evolución anormal de los volúmenes contratados o de los precios de los Valores Afectados por la información privilegiada y existan indicios racionales de que tal evolución es consecuencia de la difusión prematura, parcial o distorsionada de la misma, se informará a la Unidad de cumplimiento normativo del estado en que se encuentre la

operación o decisión en curso, a los efectos de que se adopten las medidas oportunas.

Por otra parte, las Personas Afectadas que dispongan de cualquier clase de información privilegiada deberán abstenerse de ejecutar por cuenta propia o ajena, directa o indirectamente, alguna de las siguientes conductas:

- (i) preparar o realizar cualquier tipo de operación sobre los valores negociables o sobre instrumentos financieros a los que la información se refiera, o sobre cualquier otro valor, instrumento financiero o contrato de cualquier tipo, negociado o no en un mercado secundario, que tenga como subyacente a los valores negociables o instrumentos financieros a los que la información se refiera.

Se exceptúa de este supuesto (i) la preparación y realización de las operaciones cuya existencia constituye, en sí misma, la información privilegiada, así como (ii) las operaciones que se realicen en cumplimiento de una obligación, ya vencida, de adquirir o ceder valores negociables o instrumentos financieros, cuando esta obligación esté contemplada en un acuerdo celebrado antes de que la persona de que se trate esté en posesión de la información privilegiada, y (iii) otras operaciones efectuadas de conformidad con la normativa aplicable;

- (ii) comunicar dicha información a terceros, salvo en el ejercicio normal de su trabajo, profesión o cargo;
- (iii) recomendar a un tercero que adquiera o ceda valores negociables o instrumentos financieros o que haga que otro los adquiera o ceda basándose en dicha información.

Asimismo, las Personas Afectadas que dispongan de cualquier clase de información privilegiada estarán obligadas a:

- (i) salvaguardarla, sin perjuicio de su deber de comunicación y colaboración con las autoridades judiciales y administrativas, en los términos previstos en la Ley del Mercado de Valores y demás legislación aplicable;
- (ii) adoptar las medidas adecuadas para evitar que tal información privilegiada pueda ser objeto de utilización abusiva o desleal;
- (iii) abstenerse de cualquier comentario o referencia en relación con la información privilegiada ante terceros o en lugares en los que la conversación pudiera trascender a otras personas; y
- (iv) comunicar al Director de cumplimiento normativo de forma inmediata cualquier uso abusivo o desleal de información privilegiada del que tengan conocimiento.

Sin perjuicio de lo anterior, en el caso de los asesores externos, su acceso a la información privilegiada requerirá que previamente firmen un compromiso de confidencialidad, cuando ello sea compatible con su régimen y obligaciones profesionales, en el que se les advertirá del carácter de la información que se les entrega y de las obligaciones que asumen al respecto, así como de su inclusión en el Libro Registro y de la obligación de entregar la información precisa para la correcta llevanza de éste.

Respecto a la información relevante, la Sociedad, por medio del Director de cumplimiento normativo o, en su caso, de la persona que haya sido designada como interlocutor autorizado ante la CNMV, comunicará inmediatamente la información relevante a la CNMV como hecho relevante, con independencia de que se haya originado o no en el seno del emisor, e inmediatamente después procederá a su difusión en su página web y, en su caso, a través de otros medios de comunicación, tan pronto como sea conocido el hecho que constituye la información relevante se haya firmado el acuerdo o contrato con terceros de que se trate o se haya adoptado la decisión por el órgano competente.

No obstante lo anterior, la Sociedad podrá, bajo su responsabilidad, retrasar la publicación y difusión de la información relevante cuando considere que la información perjudica sus intereses legítimos, siempre que tal omisión no sea susceptible de confundir al público y que la Sociedad pueda garantizar la confidencialidad de dicha información. En todo caso, la Sociedad informará a la CNMV inmediatamente.

(ii) **Comisiones del consejo de administración**

El reglamento del consejo de administración prevé la constitución de una comisión de auditoría y cumplimiento y una comisión de nombramientos y retribuciones. Asimismo, prevé la posibilidad de designar de su seno una comisión delegada con facultades decisorias, pero con las limitaciones a efectos internos de las materias reservadas al consejo de administración en pleno.

En el apartado 16.3 de este Documento de Registro se contiene una descripción de las funciones asignadas, según el reglamento del consejo de administración, a la comisión de auditoría y cumplimiento y a la comisión de nombramientos y retribuciones.

21.2.3 **Descripción de los derechos, preferencias y restricciones relativas a cada clase de las acciones existentes**

A fecha de registro del presente Documento de Registro, el capital social de la Sociedad se encuentra representado en acciones de una única clase.

21.2.4 **Descripción de qué se debe hacer para cambiar los derechos de los tenedores de las acciones, indicando si las condiciones son más significativas que las que requiere la ley**

Los estatutos sociales de la Sociedad no recogen especialidad alguna en este particular respecto a lo establecido por la Ley de Sociedades de Capital, por lo que resultaría de aplicación los requisitos previstos en los artículos 193, 194 y 201 de la indicada Ley.

21.2.5 **Descripción de las condiciones que rigen la manera de convocar las juntas generales anuales y las juntas generales extraordinarias de accionistas, incluyendo las condiciones de admisión**

De acuerdo con los estatutos sociales y el reglamento de la junta general de accionistas (aprobado por el accionista único el día 25 de marzo de 2011), que entrarán en vigor en el momento en que se produzca la admisión a cotización de las acciones de la Sociedad, las juntas generales será convocadas por el consejo de administración mediante anuncio publicado en el Boletín Oficial del Registro Mercantil y en la página web de la Sociedad, con una antelación mínima de un mes a la fecha prevista para la celebración de la reunión. La convocatoria será anunciada también mediante hecho relevante que será comunicado a la Comisión Nacional del Mercado de Valores. El consejo de administración podrá acordar igualmente que la convocatoria sea difundida mediante anuncios en medios de comunicación o de cualquier otra, con el fin de garantizar su máxima difusión.

El consejo de administración podrá convocar la junta general extraordinaria de accionistas siempre que lo estime necesario o conveniente para los intereses sociales.

Asimismo, el consejo de administración deberá convocarla cuando los soliciten accionistas que sean titulares de, al menos, el cinco por ciento (5%) del capital social, expresando en la solicitud los asuntos a tratar.

El anuncio de convocatoria deberá contener todas las menciones exigidas por la Ley según los casos y expresará el día, lugar y hora de la reunión en primera convocatoria y todos los asuntos que hayan de tratarse. En el anuncio podrá, asimismo, hacerse constar la fecha en la que, si procediere, se reunirá la junta general en segunda convocatoria. Entre la primera y segunda reunión deberá mediar, por lo menos, un plazo de veinticuatro (24) horas.

Los accionistas que representen, al menos, el cinco por ciento (5%) del capital social, podrán solicitar que se publique un complemento a la convocatoria de una junta general de accionistas incluyendo uno o más puntos en el orden del día.

El ejercicio de este derecho deberá hacerse mediante notificación fehaciente que habrá de recibirse en el domicilio social dentro de los cinco (5) días siguientes a la publicación de la convocatoria.

El complemento de la convocatoria deberá publicarse con quince (15) días de antelación, como mínimo, a la fecha establecida para la reunión de la junta. La falta de publicación del complemento de la convocatoria en el plazo legalmente fijado será causa de nulidad de la junta.

Podrán asistir a la junta general todos los accionistas, con independencia del número de acciones de su titularidad.

Para el ejercicio del derecho de asistencia, los accionistas deberán tener inscritas las acciones representativas de dicho capital en el correspondiente registro de anotaciones en cuenta con, al menos, cinco (5) días de antelación a aquél en que haya de celebrarse la junta. Esta circunstancia deberá acreditarse por medio de la oportuna tarjeta de asistencia o certificado de legitimación expedido por la entidad o entidades encargadas de la llevanza del registro de anotaciones en cuenta o de cualquier otra forma admitida por la legislación vigente.

Los accionistas podrán participar en la junta general asistiendo personalmente o haciéndose representar por medio de otra persona, aunque no sea accionista, cumpliendo con los requisitos y formalidades exigidas por los estatutos sociales, el reglamento de la junta general y la Ley.

21.2.6 **Breve descripción de cualquier disposición de las cláusulas estatutarias o reglamento interno del Emisor que tenga por efecto retrasar, aplazar o impedir un cambio en el control del Emisor**

No existen disposiciones estatutarias vigentes en la fecha de admisión a cotización de las acciones de la Sociedad, ni en reglamentos internos, que tengan por efecto retrasar, aplazar o impedir un cambio de control en la Sociedad.

21.2.7 **Indicación de cualquier disposición de las cláusulas estatutarias o reglamentos internos, en su caso, que rija el umbral de participación por encima del cual deba revelarse la participación del accionista**

No existe ninguna disposición en los estatutos sociales por la que se obligue a los accionistas con una participación significativa a revelar dicha circunstancia, sin perjuicio de las exigencias establecidas por la normativa vigente en cada momento y, en particular por el Real Decreto 1362/2007, de 19 de octubre, por el que se desarrolla la Ley 24/1988, de 28 de julio, del Mercado de Valores, y por la Circular 2/2007, de 19 de diciembre, de la Comisión Nacional del Mercado de Valores.

21.2.8 **Descripción de las condiciones impuestas por las cláusulas estatutarias o reglamento interno que rigen los cambios en el capital si estas condiciones son más rigurosas que las que requiere la ley**

Las modificaciones del capital de la Sociedad se someten a la regulación general establecida en la Ley de Sociedades de Capital.

22. CONTRATOS IMPORTANTES

22.1 **Resumen de cada contrato importante, al margen de los contratos celebrados en el desarrollo corriente de la actividad empresarial, del cual es parte el Emisor o cualquier miembro del Grupo, celebrado durante los dos años inmediatamente anteriores a la publicación del documento de registro.**

Durante los dos años inmediatamente anteriores a la publicación del presente Documento de Registro, las sociedades del Grupo DIA no han suscrito contratos relevantes al margen del desarrollo ordinario de la actividad empresarial descrita en el apartado 6.

No obstante y en vistas a la separación del grupo Carrefour:

- (i) Carrefour World Trade S.A. (compañía perteneciente al grupo Carrefour) y DIA suscribieron el 9 de mayo de 2011 un acuerdo, por un período de 3 años a contar desde la admisión a cotización de la Sociedad, para, de manera conjunta y en España y Francia, (a) crear y desarrollar productos de marca propia; (b) seleccionar proveedores para su suministro; y (c) negociar las condiciones de compra de algunos de estos productos de marca propia (a comercializar posteriormente bajo sus marcas propias respectivas, esto es "Dia" y "Carrefour"), al objeto de obtener precios más competitivos.

Este contrato, bajo el que se prevé la generación de determinadas sinergias tanto para el Grupo DIA como para el grupo Carrefour, establece una cláusula indemnizatoria específica para el caso de que alguna de las partes incurra en cualquier de las siguientes causas de resolución: (a) un cambio de control directo o indirecto que afecte a DIA o a Carrefour, a favor de determinados grupos de distribución alimentaria; y (b) la firma por cualquiera de las partes de un acuerdo de distribución, cooperación o suministro con determinados grupos de distribución alimentaria. Esta cláusula indemnizatoria alcanzaría los 35 millones de euros a pagar por DIA y de 10 millones de euros a pagar por Carrefour, en caso de terminación del contrato por las razones anteriormente mencionadas.

La vigencia de este contrato está supeditada a la efectiva separación de DIA del grupo Carrefour y a su validación por la junta general de accionistas de Carrefour Société Anonyme prevista para el próximo 21 de junio de 2011.

- (ii) Carrefour World Trade S.A. (compañía perteneciente al grupo Carrefour) y DIA suscribieron el 9 de mayo de 2011 un acuerdo para el mantenimiento de los compromisos adoptados por el grupo Carrefour, a nivel internacional, con sus proveedores de marca proveedor, por cuenta de las sociedades del Grupo DIA, de manera que puedan seguir negociándose este tipo de productos conjuntamente y a través de dicha entidad. Este contrato entrará en vigor el primer día de cotización de las acciones de la Sociedad y se mantendrá en vigor hasta el 31 de diciembre de 2011. Su vigencia está expresamente

supeditada a la efectiva separación de DIA del grupo Carrefour y a su validación por la junta general de accionistas de Carrefour Société Anonyme prevista para el próximo 21 de junio de 2011.

- (iii) Interdis (entidad del grupo Carrefour) y SAS ED (filial francesa al 100% de DIA) suscribieron el 9 de mayo de 2011 un acuerdo para el mantenimiento de los compromisos adoptados por el grupo Carrefour con sus proveedores de Productos Gran Consumo (PGC) de marca proveedor, por cuenta de las sociedades del Grupo DIA en Francia, de manera que puedan seguir negociándose este tipo de productos conjuntamente y a través de dicha entidad. Este contrato entrará en vigor el primer día de cotización de las acciones de la Sociedad y se mantendrá en vigor hasta el 29 de febrero de 2012. Su vigencia está expresamente supeditada a la efectiva separación de DIA del grupo Carrefour y a su validación por la junta general de accionistas de Carrefour Société Anonyme prevista para el próximo 21 de junio de 2011.
- (iv) El Grupo DIA y el grupo Carrefour suscribieron el 6 de mayo de 2011 un contrato de prestación de servicios (en particular, en materia de tecnologías de la información, seguro y uso de servicios de pago). La vigencia de este contrato está supeditada a la efectiva separación de DIA del grupo Carrefour y a su validación por la junta general de accionistas de Carrefour Société Anonyme prevista para el próximo 21 de junio de 2011, y se mantendrá en vigor hasta el 31 de diciembre de 2011, fecha a partir de la cual el Grupo DIA habrá de contar con sus propios contratos para la prestación de los mencionados servicios, ya negociados independientemente.

El consejo de administración de DIA, en su reunión del 9 de mayo de 2011 ratificó la suscripción de los contratos anteriores. Tras la admisión a cotización y la constitución de la comisión de auditoría y cumplimiento, estos contratos serán sometidos a la ratificación por parte de dicha comisión. La no ratificación de dichos contratos por la mencionada comisión de auditoría y cumplimiento implicaría la terminación de los mismos y, por consiguiente, la posible exigencia de la correspondiente indemnización por daños y perjuicios.

Asimismo, se mantienen los compromisos suscritos entre algunas empresas del Grupo DIA y ciertas agencias del grupo Publicis hasta el 31 de diciembre de 2011, al amparo de un acuerdo marco suscrito el 21 de diciembre de 2009 entre Carrefour Société Anonyme y la sociedad Publicis Dialog SAS, a los efectos de la prestación de servicios publicitarios.

Por otro lado, DIA y DIA Hellas A.E. (entidad a través de la cual el Grupo DIA operaba en Grecia y de la que vendió su participación en julio de 2010) suscribieron un acuerdo el 13 de julio de 2010 con el objeto de regular las condiciones de otorgamiento a DIA Hellas A.E. por parte de DIA de licencias no exclusivas sobre (i) la marca "DIA"; (ii) el dominio www.diawebfr.gr; y (iii) la patente que se describe en el apartado 13.2 anterior. Como contraprestación por dichas licencias, DIA percibe una

cantidad equivalente al 0,32% de la facturación anual obtenida por Dia Hellas A.E. (lo que ha supuesto, durante 2010, una contraprestación de aproximadamente 450 miles de euros). Dichas licencias se han otorgado para el territorio de Grecia y expirarán el 31 de diciembre de 2012 (o con anterioridad, en el caso de que la totalidad de los contratos locales de franquicia suscritos por Dia Hellas A.E. hubiesen terminado o quedado resueltos).

Adicionalmente, dos entidades del Grupo DIA son parte de sendos acuerdos entre accionistas en relación con sociedades en las que participan:

- (i) En abril de 1995, Erteco SAS suscribió un acuerdo entre socios con Holding Bernard Blachère (entidad titular del 66,7% del capital social de la sociedad Bladis S.A., una sociedad que se encarga de desarrollar y explotar secciones de fruta y verdura en los establecimientos ED del Grupo DIA en Francia; para una mayor información sobre esta sociedad, véase el apartado 5.2 anterior), al objeto de regular, entre otras cuestiones, el régimen de gobierno corporativo de Bladis, S.A. y determinados derechos de preferencia en relación con la transmisión de las acciones de dicha sociedad (en virtud de los cuales la parte que pretenda transmitir sus acciones en la sociedad a un tercero deberá comunicarlo a la otra parte, quien tendrá un derecho de preferencia para su adquisición en las mismas condiciones). A 31 de diciembre de 2010, el valor en libros de la participación en Bladis, S.A. ascendía aproximadamente a 2.100 miles de euros.
- (ii) DIA y H. Ö. Sabancı Holding, A.S. suscribieron un acuerdo entre socios, por tiempo indefinido, con fecha 21 de diciembre de 2000, al objeto de regular, entre otras cuestiones, el régimen de gobierno corporativo de la sociedad Diasa Dia Sabancı Supermarketleri Ticaret Anonim Sirketi ("**DIA Sabancı**") y ciertas restricciones y derechos de preferencia en relación con la transmisión de las acciones de dicha sociedad. H. Ö. Sabancı Holding, A.S. ostenta un 40% del capital social de la mencionada sociedad turca, teniendo DIA una participación del 59,93% y perteneciendo el 0,07% restante a otras sociedades del Grupo DIA (a la fecha del presente Documento de Registro, el valor en libros de la participación del Grupo DIA en DIA Sabancı asciende a aproximadamente 51,8 millones de euros).

El mencionado acuerdo establece determinados supuestos en los que, en caso de desacuerdo entre DIA y el socio local en relación con cuestiones de especial relevancia en la gestión de DIA Sabancı, cualquiera de las partes podría iniciar un proceso en virtud del cual DIA podría terminar optando por adquirir la participación del socio local en DIA Sabancı o, alternativamente, vender su participación en dicha sociedad a dicho socio, por un precio de mercado determinado por expertos independientes.

Adicionalmente, dicho acuerdo entre accionistas establece como causa de terminación del mismo la participación de cualquiera de las partes en un proceso de fusión, adquisición o, en términos generales, cualquier reestructuración corporativa que pueda conllevar un cambio

del accionariado final de las mismas. Teniendo en cuenta que, a raíz del reparto de la totalidad del capital social de DIA como dividendo en especie a los accionistas de Carrefour Société Anonyme, el accionariado directo de DIA será el que actualmente conforma su accionariado indirecto final, dicha operación no debería ser un supuesto de terminación del acuerdo. No obstante, no cabe descartar que el socio de DIA en Turquía pudiera sostener una interpretación distinta y, en consecuencia, entender que esta operación podría dar lugar a la terminación del contrato.

22.2 Resumen de cualquier otro contrato (que no sea un contrato celebrado en el desarrollo corriente de la actividad empresarial) celebrado por cualquier miembro del Grupo que contenga una cláusula en virtud de la cual cualquier miembro del Grupo tenga una obligación o un derecho que sean relevantes para el Grupo hasta la fecha del documento de registro.

A fecha de registro del presente Documento de Registro, ninguna de las sociedades del Grupo DIA ha suscrito contratos que contengan derechos u obligaciones relevantes para dicho Grupo fuera del curso ordinario de sus negocios, al margen del contrato de financiación que se describe en el apartado 10.3 anterior.

23. INFORMACIÓN DE TERCEROS, DECLARACIONES DE EXPERTOS Y DECLARACIONES DE INTERÉS

23.1 Cuando se incluya en el documento de registro una declaración o un informe atribuido a una persona en calidad de experto, proporcionar el nombre de dicha persona, su dirección profesional, sus cualificaciones y, en su caso, cualquier interés importante que tenga en el Emisor. Si el informe se presenta a petición del Emisor, una declaración a ese efecto de que se incluye dicha declaración o informe, la forma y el contexto en que se incluye, con el consentimiento de la persona que haya autorizado el contenido de esa parte del documento de registro.

No aplicable.

23.2 En los casos en que la información proceda de un tercero, proporcionar una confirmación de que la información se ha reproducido con exactitud y que, en la medida en que el Emisor tiene conocimiento de ello y puede determinar a partir de la información publicada por ese tercero, no se ha omitido ningún hecho que haría la información reproducida inexacta o engañosa. Además, el Emisor debe identificar la fuente o fuentes de la información.

No aplicable.

24. DOCUMENTOS PRESENTADOS

A continuación se enumera la documentación que estará disponible al público y podrá ser objeto de consulta:

1. Estatutos sociales: tanto los actuales como los vigentes en el momento de cotización de las acciones de DIA.
2. Reglamento de la junta general de accionistas.
3. Reglamento del consejo de administración.
4. Reglamento interno de conducta en los mercados de valores.
5. Cuentas anuales individuales de DIA para los ejercicios finalizados a 31 de diciembre de 2010, 2009 y 2008, junto con el correspondientes informe de auditoría para cada uno de los ejercicios mencionados.
6. Estados financieros consolidados de DIA para los ejercicios finalizados el 31 de diciembre de 2010, 2009 y 2008, junto con el correspondiente informe de auditoría.
7. Estados financieros intermedios resumidos consolidados de DIA para el primer trimestre de 2011, junto con el correspondiente informe de revisión limitada.
8. Previsión de Beneficios 2011-2013, junto con el correspondiente informe especial.
9. Documento de Registro.
10. Decisiones adoptadas por el accionista único y del consejo de administración de DIA de 25 de marzo de 2011.
11. Decisiones adoptadas por el accionista único y del consejo de administración de DIA de 9 de mayo de 2011.

Asimismo y a continuación, se detalla el soporte y momento a partir del cual cada uno de los documentos anteriores estarán disponibles al público y podrán ser objeto de consulta:

- (i) DIA
 - Soporte papel

La totalidad de los documentos listados (esto es, los documentos 1 a 11) pueden consultarse en soporte físico en el domicilio social de DIA, sito en la calle Jacinto Benavente 2A, Edificio Tripark, Parque Empresarial Las Rozas, Las Rozas, desde la fecha de registro del presente Documento de Registro.

- Página web

Una vez que resulten admitidas a negociación las acciones de DIA, los documentos 1 a 6 y 9 estarán disponibles en la página web del Emisor (esto es, www.diacorporate.com).

(ii) CNMV

- Soporte papel

La totalidad de los documentos listados (esto es, los documentos 1 a 11) pueden consultarse en soporte físico en el Registro de la CNMV (situado en la calle Miguel Ángel, número 11, Madrid), desde la fecha de registro del presente Documento de Registro.

- Página web

Los documentos 5, 6 y 9 pueden consultarse en la página web de la CNMV (esto es, www.cnmv.es), desde la fecha de registro del presente Documento de Registro.

Los documentos 2, 3 y 4 podrán consultarse en la página web de la CNMV (esto es, www.cnmv.es), desde la fecha de registro de la Nota de Valores.

25. INFORMACIÓN SOBRE CARTERAS

En el apartado 7.2 anterior se ha incluido un listado de las sociedades, materialmente relevantes, pertenecientes al Grupo DIA.

Igualmente, las cuentas anuales del Emisor correspondientes a los ejercicios terminados a 31 de diciembre de 2010, 2009 y 2008, contienen una descripción del inmovilizado financiero del Emisor y sus participadas. El impacto económico y financiero de dichas sociedades viene reflejado en las cuentas anuales del Emisor.

Adicionalmente, el Emisor participa, directa o indirectamente, en las sociedades que se detallan a continuación. La participación del Emisor en estas sociedades no es materialmente relevante, no teniendo, por tanto, un impacto económico o financiero significativo en el Grupo DIA.

Denominación social		País de su domicilio social	Porcentaje de participación ⁽¹⁾
1.	GAP Discount SAS	Francia	100%
2.	Voiron Distribution	Francia	50% ⁽²⁾
3.	SODEXED	Francia	100%
4.	Campus DIA	Francia	100%
5.	Europa Discount Sud Ouest SNC	Francia	80%
6.	ST Bonnet Discount SAS	Francia	50%
7.	Podis 105 S.à.r.l.	Francia	50%
8.	Dialombard	Francia	50%
9.	Phoenix S.à.r.l.	Francia	26%
10.	Maraussan Distribution S.à.r.l.	Francia	26%
11.	Jaladis	Francia	26%
12.	Fred 1 (Theix)	Francia	26%
13.	Pleridia	Francia	26%
14.	Solerdis	Francia	26%
15.	S.à.r.l. Shiva	Francia	26%
16.	Diamont	Francia	5%
17.	Callian Distribution	Francia	5%

Denominación social		País de su domicilio social	Porcentaje de participación⁽¹⁾
18.	Sainte Anne D'Evenos Distribution	Francia	5%
19.	Normandis	Francia	5%
20.	LDA	Francia	5%
21.	Descha	Francia	5%
22.	Narbodis	Francia	5%

- (1) La participación del Emisor en las sociedades incluidas en el cuadro anterior es indirecta, a través de su filial totalmente participada ED SAS, salvo en el caso de la sociedad Voiron Distribution.
- (2) El 100% de esta sociedad pertenece a SAS Proved, que a su vez se encuentra participada en un 50% por ED SAS, una filial del Emisor en Francia.

* * *

En Madrid, a 13 de mayo de 2011

D. Ricardo Currás de Don Pablos
Distribuidora Internacional de Alimentación, S.A.U.