

Resultados Financieros del primer semestre de 2022

DIA alcanza €51 millones de EBITDA Ajustado manteniendo el margen del 1,5% habiendo implantado su hoja de ruta de forma sustancial en el 80% del negocio

- **Los resultados del primer semestre de 2022 representan un punto de inflexión para Grupo DIA.** Los efectos positivos de la transformación comienzan a visualizarse y esto nos permite afirmar que el Grupo ha entrado en fase de consolidación:
 - España: la proximidad como palanca estratégica y el 68% de la red de proximidad transformada en el nuevo concepto de tienda, ganando cuota de mercado a superficie comparable
 - Argentina: 39% de la red remodelada y líder en la Ciudad de Buenos Aires
 - Brasil y Portugal: progreso significativo en la implantación de sus modelos de negocio
- **Las Ventas Netas crecen un 8,5% respecto al primer semestre de 2021**, a pesar de una reducción del parque de tiendas del 4,3%. El crecimiento positivo se observa en Argentina, Brasil y España, con el peso de la marca propia y de la venta a través de franquicias al alza.
- **En términos de ventas comparables *Like-for-Like*, aumentan un 2,6%** respecto al mismo periodo de 2021, y destaca la buena evolución experimentada en el segundo trimestre, con crecimientos positivos en todos los mercados en los que opera el Grupo.
- En el complejo entorno económico actual, Grupo DIA ha centrado su **esfuerzo en la gestión del EBITDA Ajustado que alcanza los €51 millones en el primer semestre del año y mantiene el margen en un 1,5%**, a pesar del sobrecoste en energía y gasoil.
- **La pérdida neta del semestre se sitúa en €104,7 millones**, en línea con el mismo periodo del año anterior, destacando la mejora del resultado financiero.
- **El endeudamiento financiero neto aumenta en €72 millones, alcanzando los €476 millones**, derivado principalmente de las fuertes inversiones realizadas como parte del ambicioso plan de remodelaciones de tiendas en curso.

Los resultados logrados en el primer semestre del año representan un punto de inflexión para la transformación que Grupo DIA inició hace tres años. Con la proximidad como palanca estratégica, **la compañía confirma la ejecución de su plan estratégico en un 80% de su negocio.**

El desempeño en **España confirma el éxito de los cambios implementados en el modelo de negocio**: con un 68% de la red de proximidad ya renovada con su nuevo modelo de tienda, se observa un incremento en la cuota de mercado a superficie comparable. En **Argentina**, su nuevo concepto de tienda ya se encuentra en un 39% de la red de tiendas y la compañía es líder del sector en la Ciudad de Buenos Aires, con una cuota de mercado del 30%. **Brasil y Portugal**, por su parte, han logrado avances significativos en la implantación de sus modelos de negocio.

Entre enero y junio de 2022, el **EBITDA Ajustado** de Grupo DIA ha alcanzado los 51 millones de euros, un 6,5% más que en el mismo período de 2021. En un entorno económico complejo como el actual, se ha logrado mantener el

margen sobre ventas netas en un 1,5%, nivel similar al primer semestre del año anterior, gracias a la mejora de la gestión operativa y la disciplina en el control de costes con la que se ha logrado contrarrestar los sobrecostes en energía y gasoil comparado con 2020, y a unos costes operativos que se han elevado debido al programa de remodelaciones de tiendas.

*“El primer semestre de 2022 ha puesto ante nosotros un escenario económico complejo, marcado por la inflación y el encarecimiento de materias primas, combustibles y energía. Pese a ello, los avances obtenidos hasta junio, la positiva valoración de nuestros clientes y franquiciados, y el apoyo que nuestros accionistas mostraron en la Junta General Ordinaria celebrada en junio, señalan un punto de inflexión claro para la compañía. Lo observamos en un dato muy relevante: España y Argentina (que representan ya el 80% de las ventas netas del Grupo) están en crecimiento”, afirma **Stephan DuCharme, presidente ejecutivo de Grupo DIA.** “La ejecución y resultados de su plan nos permite afirmar que hemos entrado en fase de consolidación de estos avances. Brasil y Portugal están trabajando en el desarrollo de sus modelos de negocio y logrando progresos significativos que les acercan también a la finalización de su plan de transformación”, agrega.*

Las **ventas netas** entre enero y junio avanzaron un 8,5% comparado con el año anterior, hasta los 3.465,3 millones de euros. En términos de **ventas comparables Like-for-like**, en el primer semestre del año se ha registrado un aumento del 2,6% frente a 2021, destacando la buena evolución experimentada durante el segundo trimestre de 2022, con crecimientos en todos los mercados en los que opera Grupo DIA. Este avance en las ventas comparables, junto con un menor perímetro de tiendas (-2,1%) y el efecto divisa negativo del 0,4% han favorecido el avance de 0,1% en las **ventas brutas bajo enseña** del semestre, hasta los 4.142,5 millones de euros.

La **pérdida neta del semestre** se reduce un 0,1% comparado con el primer semestre de 2021, hasta los 104,7 millones de euros. La **deuda financiera** del Grupo, en tanto, aumenta en 71,9 millones respecto a diciembre de 2021, hasta los 476,1 millones de euros. El aumento se debe, principalmente, a los 134,3 millones de euros invertidos en el semestre, de los cuales aproximadamente la mitad corresponden a inversiones planificadas dentro del programa de remodelaciones de tiendas que está ejecutando la compañía.

Durante el semestre, **Grupo DIA ha sumado 53 tiendas franquiciadas**, elevando el total a 2.763, el 63% de la red de proximidad. Además, el peso de la venta de tiendas franquiciadas pasa de un 32% del total de ventas netas en el primer semestre de 2021, a un 36% en el primer semestre de este año, avalando la excelente aceptación de este modelo por parte de sus socios franquiciados y el buen trabajo que están realizando, así como la buena acogida por parte de sus clientes.

“Quiero agradecer a nuestros empleados, franquiciados y proveedores en España, Portugal, Brasil y Argentina su compromiso y esfuerzo durante los tres años de transformación y por ayudarnos a cumplir nuestro propósito de estar Cada DIA más cerca. También a nuestros clientes, porque sabemos que han redescubierto DIA y valoran nuestra apuesta por la proximidad, con tiendas renovadas que ofrecen una experiencia de compra fácil y accesible,

y una oferta diferenciadora, con una marca propia que atiende a las necesidades locales y cuya calidad está siendo reconocida por organismos independientes”, destaca el presidente ejecutivo de la compañía.

Apuesta por la proximidad y la calidad para nuestros clientes

Desde mayo de 2020, “hemos cumplido sistemáticamente nuestra hoja de ruta para lograr un cambio efectivo en todas las geografías en las que operamos”, subraya DuCharme. “Lo hemos hecho poniendo el foco en el cliente y apoyándonos en nuestra nueva propuesta de valor, con tiendas, surtido y calidad renovada, y el refuerzo logístico y de nuestro canal online para apoyar nuestra proximidad; un nuevo modelo de franquicia que asegura la rentabilidad para el franquiciado y una mejora en la eficiencia de nuestras operaciones, apoyada en la transformación digital de la compañía”, sostiene el presidente ejecutivo.

Al cierre de junio de 2022, la compañía cuenta con **1.775 tiendas que operan bajo su nuevo modelo** y representan el 46% de la red de proximidad a nivel Grupo, es decir, excluyendo las tiendas Maxi en España y Portugal, La Plaza y Clarel. Por país, en España se han remodelado 459 tiendas entre enero y junio, elevando el total de tiendas que operan bajo el nuevo concepto a 1.297 establecimientos. En Argentina, se han sumado 138 tiendas remodeladas en este primer semestre, elevando la cifra total de establecimientos remodelados a 366, un 39% de la red. En Portugal, la compañía cuenta con 112 tiendas remodeladas. Los tres países han mostrado incrementos de ventas sostenibles, con un desempeño por encima del nivel de mercado (+10,9% en España en el primer semestre en términos de ventas comparables *Like-for-Like*, frente al 5,1% de crecimiento del mercado).

Al tiempo, la compañía continúa el desarrollo de su nueva marca propia, de la que ya hay disponibles más de 2.700 referencias a nivel Grupo lanzadas en los últimos tres años. La buena acogida y aceptación de la **Nueva Calidad DIA** se refleja no solo en el incremento del peso de la marca propia en la cesta de nuestros clientes (de un 47,7% a un 51,7% en el primer semestre de 2022 en España), sino en la valoración y reconocimientos externos de nuestros productos. Un ejemplo es el jamón cocido Nuestra Alacena o el vino tinto Denominación de Origen Duero Heredad Barán Crianza 2017, que acumula ya tres premios internacionales.

El contexto económico de este primer semestre del año, marcado por la creciente inflación y el encarecimiento de las materias primas, combustible y energía, tiene también su reflejo en el comportamiento del cliente. La **frecuencia de la visita a tienda ha aumentado**, pero el importe de las compras que realiza es menor. Esto se aprecia en el incremento de un 5,7% del número de tickets entre enero y junio, comparado con el mismo periodo de 2021, poniendo de manifiesto la confianza en nuestro establecimiento; con una reducción de la cesta media de un 2,9%, conducta habitual en etapas de incertidumbre como la que atravesamos en la actualidad.

“El escenario que tenemos ante nosotros nos señala que estamos más cerca de ser la compañía que queremos ser: la tienda de proximidad y la opción online preferida de nuestros clientes, con una propuesta de valor diferencial que garantice su fidelidad a largo plazo y un crecimiento y una rentabilidad sostenible del negocio”, subraya

DuCharme. “Queda trabajo por delante y acometeremos los desafíos como hasta ahora, **centrando nuestros esfuerzos en lo que sabemos hacer bien: la proximidad**. Esta palanca, sumada al compromiso y esfuerzo de todos nuestros empleados, franquiciados y proveedores, nos permite construir juntos una nueva cultura corporativa que defiende las relaciones de cercanía, confianza y transparencia y que ha hecho de la sostenibilidad social uno de sus ejes estratégicos”.

1S 2022 – PRINCIPALES DATOS FINANCIEROS¹ (cifras en millones de euros)

	1S 2022	1S 2021	Variac. (%)
Crecimiento de ventas comparables <i>Like-for-Like</i> (%)	2,6%	-5,0%	n/a
Ventas Netas	3.465,3	3.193,7	8,5%
Beneficio Bruto	753,9	719,0	4,9%
EBITDA Ajustado	50,8	47,7	6,5%
EBIT	(98,4)	(55,7)	-76,7%
Resultado Neto Atribuible	(104,7)	(104,8)	0,1%
	1S 2022	FY 2021	Variac. (%)
Deuda Financiera Neta (ex NIIF 16)	476,1	404,1	17,8%

- El primer semestre de 2022 presenta **Ventas Comparables *Like-for-Like* positivas** de 2,6% comparado con 2021, destacando la fuerte recuperación en España y Portugal durante el segundo trimestre (6,6% y 3,2%, respectivamente) frente al primer trimestre (-1,8% y -6,8% respectivamente) y teniendo en cuenta que las doce primeras semanas del año mostraban una comparativa complicada debido a las restricciones de movilidad causadas por el covid-19, que seguían vigentes en ese periodo de 2021, y que potenciaron las ventas. Brasil y Argentina han mostrado una excelente evolución en el semestre, alcanzando niveles de ventas comparables *Like-for-Like* de 6,9% y 3,4%, respectivamente.
- La contribución en las **Ventas Netas de la marca propia** sube en España hasta un 51,7% (47,7% en el mismo periodo de 2021) y la venta a través de franquicias a nivel Grupo incrementa su peso hasta el 35,6% (32,2% en el mismo periodo de 2021). Ambos aspectos son pilares centrales de la estrategia de Grupo DIA, el desarrollo de la marca propia de calidad y a precios adecuados para sus clientes, que comparte lineal con la marca del fabricante y el desarrollo de la franquicia, con un *partnership* estratégico con sus franquiciados, que nos convierte en uno de los principales franquiciadores del sector de *retail* alimentario en los países en los que DIA está presente.
- En términos absolutos, el **Beneficio Bruto** mejora un 5% durante el primer semestre, mientras que otras partidas de coste se ven incrementadas por mayores costes de explotación y arrendamientos y unos costes de reestructuración al alza por el cierre de 121 tiendas en Brasil y 113 en España, reduciendo así el **EBITDA** un 13,7% respecto al primer semestre 2021.

¹ La definición, uso y conciliación de las medidas alternativas al rendimiento utilizadas en esta nota se encuentran detalladas en el Informe de Gestión

- Los resultados positivos de la gestión operativa en curso y el control de costes ha permitido gestionar el **margen EBITDA Ajustado** que se ha mantenido en el 1,5% alcanzando los 50,8 millones de euros, afectado negativamente por 40,9 millones de euros derivados de los sobrecostes de energía y gasoil (calculado sobre niveles del primer semestre 2020, año que permite la comparación porque no se registraban estas distorsiones), y los costes operativos puntuales de las remodelaciones de tiendas, que ascendieron a 7,4 millones de euros. Aislado estos efectos, el EBITDA Ajustado del Grupo hubiera alcanzado los 99,1 millones de euros, lo que representa un margen del 4,1% sobre Ventas Netas.
- Respecto al **Resultado Neto Atribuible**, la pérdida se reduce en un 0,1% alcanzando los 104,7 millones de euros apoyada por una mejora del resultado financiero neto de 38,8 millones de euros.
- La **Deuda Financiera Neta** aumenta en 71,9 millones de euros respecto a diciembre 2021, alcanzando los 404,1 millones de euros, derivado principalmente de los 134,3 millones de euros de inversión realizada en el semestre, de los cuales aproximadamente el 50% son inversiones planificadas dentro del programa de remodelaciones de tiendas en curso.

- FIN-

MEDIOS DE COMUNICACIÓN

Email: comunicacion@diagroup.com

RELACIÓN CON INVERSORES

Email: investor.relations@diagroup.com

DETALLES DE ACCESO A LA PRESENTACION DE RESULTADOS:

Fecha: 4 de agosto de 2022, a las 10:00 a.m. CET

Link al Webcast: [1H 2022 RESULTS PRESENTATION](#)

ACTUALIZACIÓN OPERATIVA DEL GRUPO

El primer semestre de 2022 ha supuesto para el Grupo la consolidación de un cambio que comenzó en 2019 con una profunda revisión de su modelo operativo y que ha conllevado enfocar la estrategia del Grupo y su propuesta de valor en su palanca más potente: **la proximidad**. Así, desde mayo de 2020, el Grupo ha implementado de forma sistemática su hoja de ruta estratégica con iniciativas de amplio calado comercial, operacional, en franquicias y de transformación digital y tecnológica en los cuatro países en los que opera y que comienzan a dar sus frutos:

- ✓ Al cierre de junio de 2022, la compañía cuenta con 1.775 tiendas que operan bajo el nuevo modelo de tienda y que representan el 46% de nuestra red de proximidad a nivel Grupo (excluyendo tiendas Maxi en España y Portugal, La Plaza y Clarel). Por país, España cuenta con 1.297 tiendas operando bajo el nuevo modelo; Argentina tiene 366 y Portugal, 112 establecimientos. En los tres países se han observado incrementos de ventas sostenibles al tiempo que se continúa con el desarrollo de la marca propia, alcanzando ya más de 2.700 nuevas referencias lanzadas por el Grupo desde 2019.
- ✓ El complejo escenario económico, marcado por la inflación y el encarecimiento de materias primas, combustibles y energía, muestra ya cambios en el comportamiento del cliente, que ha aumentado la frecuencia de visita a tienda, pero hace compras de menor importe. Esto se aprecia en un incremento del 5,7% en el número de tickets durante el primer semestre del año, poniendo de manifiesto la confianza de nuestros clientes, frente a la reducción de un 2,9% en el importe de la cesta media, una conducta habitual en etapas de incertidumbre como la que atravesamos.
- ✓ Entre enero y junio, el peso de la marca propia de DIA en la cesta aumentó hasta el 51,7% en las ventas de alimentación en España, frente al 47,7% en el mismo período del año anterior, dato que avala la buena aceptación de la Nueva Calidad DIA y su percepción como una marca moderna, de calidad y a precios adecuados.

Desde DIA sabemos que aún quedan desafíos por delante que afectan a la totalidad del sector, pero creemos que los desafíos que presenta nuestro entorno actual son una oportunidad para que nuestro propósito de cercanía y ambición de liderar la tienda de barrio sea más relevante que nunca. Trabajamos para estar cada DIA más cerca de nuestros clientes, con la confianza de que nuestra propuesta de valor dé respuesta a las necesidades locales de nuestros clientes a través de una experiencia de compra fácil, cercana, con un surtido amplio y que, apuesta por los alimentos frescos, con una marca propia de gran calidad y la mejor relación calidad-precio.

EVOLUCIÓN DE LA RED DE TIENDAS

RESUMEN DE TIENDAS DEL GRUPO	Propias	Franquicias	Total
Total tiendas a 31 de diciembre de 2021	3.227	2.710	5.937
Nuevas aperturas	1	42	43
Transferencias netas de tiendas propias a franquicias	-69	69	0
Cierres	-189	-58	-247
Total tiendas GRUPO DIA a 30 de junio de 2022	2.970	2.763	5.733
ESPAÑA	Propias	Franquicias	Total
Total tiendas a 31 de diciembre de 2021	2.191	1.598	3.789
Nuevas aperturas	1	9	10
Transferencias netas de tiendas propias a franquicias	-19	19	0
Cierres	-72	-41	-113
Total tiendas DIA ESPAÑA a 30 de junio de 2022	2.101	1.585	3.686
PORTUGAL	Propias	Franquicias	Total
Total tiendas a 31 de diciembre de 2021	202	297	499
Nuevas aperturas	0	0	0
Transferencias netas de tiendas propias a franquicias	1	-1	0
Cierres	-1	-4	-5
Total tiendas DIA PORTUGAL a 30 de junio de 2022	202	292	494
BRASIL	Propias	Franquicias	Total
Total tiendas a 31 de diciembre de 2021	570	167	737
Nuevas aperturas	0	0	0
Transferencias netas de franquicias a tiendas propias	-53	53	0
Cierres	-111	-10	-121
Total tiendas DIA BRASIL a 30 de junio de 2022	406	210	616
ARGENTINA	Propias	Franquicias	Total
Total tiendas a 31 de diciembre de 2021	264	648	912
Nuevas aperturas	0	33	33
Transferencias netas de tiendas propias a franquicias	2	-2	0
Cierres	-5	-3	-8
Total tiendas DIA ARGENTINA a 30 de junio de 2022	261	676	937

El Grupo operaba al final del primer semestre del año una superficie de venta de 2.180 miles de metros cuadrados, un 6,0% inferior a la superficie operada en el mismo periodo de 2021. En los primeros seis meses del año se han realizado 247 cierres estratégicos de tiendas no rentables (113 en España, 121 en Brasil, 8 en Argentina y 5 en

Portugal). Durante el segundo semestre de 2022, el Grupo seguirá revisando su portfolio con el objetivo de mejorar su rentabilidad.

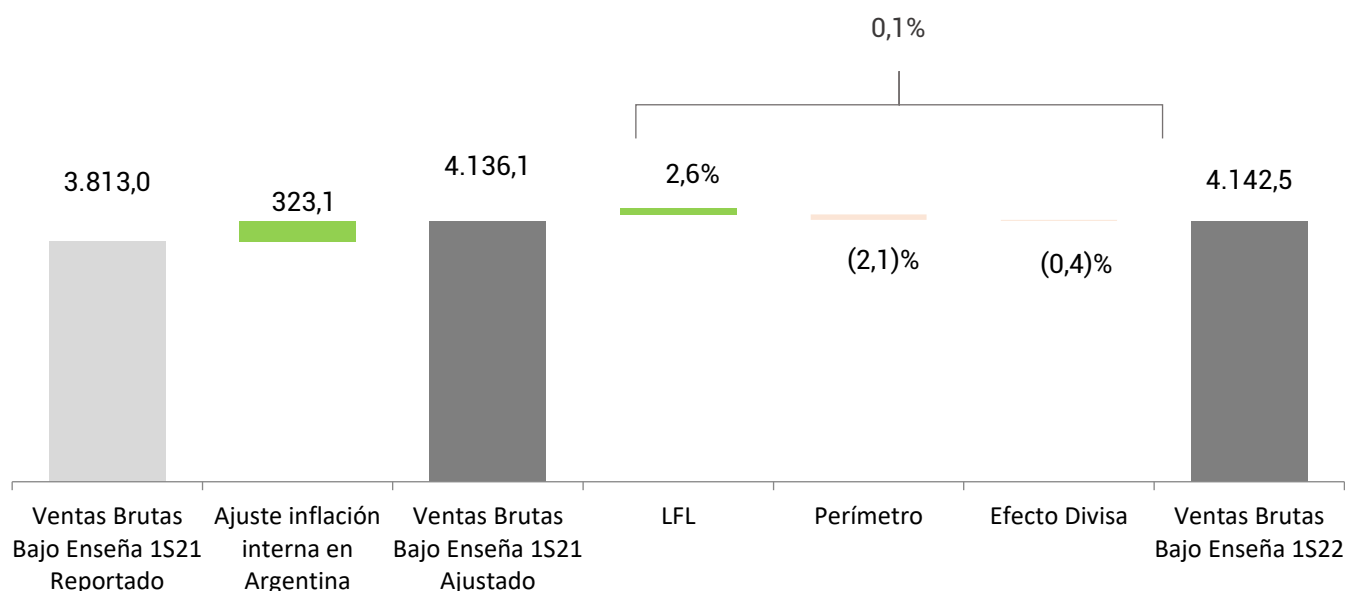
Se han abierto 43 nuevas tiendas en España y Argentina, prácticamente en su totalidad en régimen de franquicia y el Grupo ha convertido una cifra neta de 69 tiendas propias a franquicias, impulsada por las tercerizaciones llevadas a cabo en España y Brasil.

En España, a lo largo del semestre, se han convertido un número neto de 19 tiendas propias en franquicias. En el caso de Brasil, ha comenzado el despliegue de su nuevo modelo de franquicia tras un periodo de optimización de la red, convirtiendo un número neto de 53 tiendas propias en franquicias.

RESULTADO FINANCIERO DEL GRUPO – 1S 2022

(Millones de euros)	1S 2022	1S 2021	Variac. (%)
Ventas brutas bajo enseña	4.142,5	4.136,1	0,2%
<i>Crecimiento de ventas comparables (%)</i>	<i>2,6%</i>	<i>-5,0%</i>	<i>n.a.</i>
Ventas Netas	3.465,3	3.193,7	8,5%
Coste de ventas y otros ingresos	(2.711,4)	(2.474,7)	9,6%
Beneficio Bruto	753,9	719,0	4,9%
Gastos de Personal	(355,3)	(353,1)	0,6%
Otros gastos de explotación y arrendamientos	(242,8)	(200,6)	21,1%
Costes de reestructuración y LTIP	(32,6)	(22,6)	44,2%
EBITDA	123,2	142,7	-13,7%
Amortización	(201,9)	(192,5)	4,9%
Deterioro de valor de activos no corrientes	(4,7)	(1,8)	161,1%
Resultado por bajas de activos no corrientes	(15,0)	(4,1)	265,9%
EBIT	(98,4)	(55,7)	76,7%
Resultado financiero neto	4,0	(34,8)	-111,5%
EBT	(94,4)	(90,5)	4,3%
Impuestos de Sociedades	(10,3)	(14,2)	-27,5%
Resultado consolidado	(104,7)	(104,8)	-0,1%
Operaciones discontinuadas	-	-	n.a.
Resultado neto atribuible	(104,7)	(104,8)	-0,1%

- Las **Ventas Brutas Bajo Enseña** crecen un 0,1%, favorecidas por un crecimiento en Ventas Comparables (*Like-for-Like*) del 2,6%, a pesar de un menor perímetro de tiendas del 2,1% y un efecto divisa negativo del 0,4%:



- Las **Ventas Netas del Grupo** se han visto afectadas por la reducción en un 4,3% del número de tiendas al final del periodo y las variaciones del real brasileño y el peso argentino (revaluación del 17,5% en el caso de Brasil y devaluación del 13,6% en Argentina).
- El **Beneficio Bruto (como porcentaje de Ventas Netas)** se vio reducido al 21,8% desde el 22,5% interanual debido al mayor peso de las ventas de marca propia y las ventas a través de franquicias, pilares fundamentales de nuestro modelo de negocio y que contribuyen positivamente a otras líneas de coste a nivel de EBITDA Ajustado.
- Los **Gastos de personal** subieron ligeramente un 0,6% pero se vieron reducidos en 80 pb hasta el 10,3% como porcentaje de Ventas Netas, beneficiado en parte por el proceso de tercerización de tiendas propias a franquiciadas y otras mejoras operacionales.
- Los **Otros gastos de explotación (como porcentaje de las Ventas Netas)** se incrementaron del 5,8% al 7,0%, fuertemente impactados por el aumento del coste de la electricidad y el gasoil así como los gastos relacionados con el proceso de remodelación de tiendas.
- El **EBITDA** cae al 3,6% como porcentaje de las Ventas Netas (4,1% en el primer semestre del 2021) debido al aumento de Otros gastos de explotación y a los Costes de Reestructuración generados por la racionalización de la estructura organizativa, cierre de tiendas y el proceso de tercerización.

Conciliación EBIT a EBITDA ajustado	1S 2022	1S 2021	Variación
EBIT	(98,4)	(55,7)	(42,7)
Amortizaciones	201,9	192,5	9,4
Deterioro de valor de activos no corrientes	4,7	1,8	2,9
Resultados por bajas de activos no corrientes	15,0	4,1	10,9
EBITDA	123,2	142,7	(19,5)
Costes de reestructuración	29,2	16,9	12,3
Plan de incentivos a largo plazo (LTIP)	3,4	5,7	(2,3)
Efecto de arrendamientos (NIIF16)	(133,1)	(130,8)	(2,3)
Efecto de la hiperinflación (NIC 29)	28,1	13,2	14,9
EBITDA Ajustado	50,8	47,7	3,1

- El **EBITDA Ajustado** alcanzó el 1,5% como porcentaje de las Ventas Netas, manteniéndose en niveles similares a los del mismo periodo 2021 fruto de la mejora de la gestión operativa y la disciplina de control de costes que ha conseguido contrarrestar los sobrecostes en energía y gasoil que ascienden a 40,9 millones de euros (principalmente en España y calculado sobre niveles del primer semestre 2020, año que permite la comparación porque no se registraban estas distorsiones) y a unos costes operativos incrementales relacionados con el programa de remodelaciones de tiendas que asciende a 7,4 millones de euros. En términos absolutos, el EBITDA Ajustado ha aumentado en 3,1 millones de euros. Si aislamos los impactos antes mencionados el EBITDA Ajustado habría alcanzado los 99,1 millones de euros, lo que representaría un 2,9% sobre las Ventas Netas del ejercicio y un incremento del 105% respecto al ejercicio anterior en términos comparables, mostrando de una forma más evidente las mejoras de gestión que está realizando el Grupo.
- **Las Amortizaciones** aumentaron 27 pb en porcentaje de Ventas Netas respecto al mismo periodo de 2021 (9,4 millones de euros en términos absolutos) debido a las inversiones realizadas en el nuevo modelo de tienda.
- El **Resultado Neto** se situó en -104,7 millones de euros, en niveles muy similares a los del mismo periodo del 2021, favorecido por la mejora del **Resultado Financiero Neto** de 38,8 millones de euros respecto al periodo 2021 por un incremento de ingresos derivados de la posición monetaria neta en Argentina y un aumento de los ingresos financieros.

RESUMEN DE RESULTADOS POR PAÍSES –1S 2022

España	1S 2022	%	1S 2021	%	Variación
Ventas brutas bajo enseña	2.501,3		2.479,2		0,9%
Crecimiento de ventas <i>Like-for-Like</i>	2,4%		-7,0%		
Ventas Netas	2.095,6		2.089,7		0,3%
EBITDA Ajustado	44,6	2,1%	37,4	1,8%	19,3%

Las **Ventas Netas** han aumentado un 0,3% con un 3,9% menos de tiendas y con unas Ventas Comparables *Like-for-Like* positivas del 2,4%, destacando la fuerte recuperación experimentada en el segundo trimestre del año que alcanzó niveles del 6,6% frente al primer trimestre del año con una caída del 1,8% debido a una base comparativa complicada ya que las primeras doce semanas del año 2021 aún presentaban restricciones de movilidad debido a la Covid-19 que favorecía la venta.

El **EBITDA Ajustado** ha mejorado en 30 pb en términos de margen hasta el 2,1% sobre Ventas Netas a pesar del incremento de los costes de la energía y gasoil, así como de los gastos operativos derivados de las remodelaciones de tiendas (en total 43,7 millones de euros). Aislando estos efectos el EBITDA Ajustado habría ascendido a 88,3 millones de euros, lo que representa un margen del 4,2%.

Portugal	1S 2022	%	1S 2021	%	Variación
Ventas brutas bajo enseña	386,9		400,8		-3,5%
Crecimiento de ventas <i>Like-for-Like</i>	-1,8%		-5,3%		
Ventas Netas	283,1		296,3		-4,5%
EBITDA Ajustado	1,0	0,4%	5,0	1,7%	-80,0%

Las **Ventas Netas** se ven afectadas por una base de tiendas un 1,0% menor y una base comparativa complicada en el primer trimestre del año derivado, igual que en España, de las restricciones de movilidad y limitación de horarios de apertura por la Covid-19. Las Ventas Comparables *Like-for-Like* experimentaron una mejora significativa en el segundo trimestre presentando niveles del 3,2% frente al -6,8% registrado en el primer trimestre del año.

El **EBITDA Ajustado** se redujo en 130 puntos básicos en términos de margen afectado por la caída de volumen en ventas y mayores gastos operativos no repercutidos al cliente final, incluyendo sobrecostes de energía y gasoil que ascendieron a 3,8 millones de euros y que, de tratarlos de forma aislada, hubieran incrementado el EBITDA Ajustado a 4,8 millones de euros que alcanzaría un margen del 1,7%, en términos similares al del primer semestre de 2021.

Brasil	1S 2022	%	1S 2021	%	Variación
Ventas brutas bajo enseña	480,0		425,8		12,7%
Crecimiento de ventas <i>Like-for-Like</i>	6,9%		4,3%		
Ventas Netas	434,6		381,7		13,9%
EBITDA Ajustado	-11,2	-2,6%	-5,9	-1,5%	89,8%

Las **Ventas Netas** crecieron un 13,9% en términos interanuales a pesar de una disminución del 18,2 % en el número de tiendas tras el cierre estratégico de localizaciones no rentables y ayudado por una revaluación del real brasileño

del 17,5%. Las Ventas Comparables *Like-for-Like* tuvieron un comportamiento excepcional alcanzando un crecimiento del 6,9% en el periodo.

El **EBITDA Ajustado** se ha visto reducido en 110 pb en porcentaje sobre Ventas Netas afectado por presiones inflacionistas en la base de costes y un incremento de costes logísticos y operativos.

Argentina	1S 2022	%	1S 2021	%	Variación
Ventas brutas bajo enseña	774,3		830,3		-6,7%
Crecimiento de ventas <i>Like-for-Like</i>	3,4%		-3,9%		
Ventas Netas	652,0		426,0		53,1%
EBITDA Ajustado	16,4	2,5%	11,2	2,6%	46,4%

Las **Ventas Netas** aumentaron un 53,1% marcado por un comportamiento excepcional impulsado por el éxito de las medidas operativas y comerciales puestas en marcha y una inflación superior a la devaluación de la moneda.

El **EBITDA Ajustado** aumentó en 10 puntos básicos impulsado por el plan de reducción de costes. El margen EBITDA Ajustado sobre Ventas Netas calculadas sin tener en cuenta la inflación en Argentina sería del 2,7%

BALANCE DE SITUACIÓN

(Millones de Euros)	1S 2022	2021
Activos no corrientes	2.121,4	2.018,2
Existencias	473,4	452,0
Deudores comerciales y otras cuentas a cobrar	192,3	178,0
Otros activos corrientes	66,5	61,5
Efectivo y equivalentes al efectivo	328,0	361,1
Total Activo	3.181,6	3.070,8
Total patrimonio neto	28,8	93,6
Deuda financiera no corriente	1.052,9	1.023,2
Deuda financiera corriente	306,8	272,5
Acreedores comerciales y otras cuentas a pagar	1.367,3	1.274,6
Provisiones y otros pasivos	425,8	406,9
Total patrimonio neto y pasivo	3.181,6	3.070,8

A 30 de junio de 2022, el saldo de los fondos propios en los estados financieros individuales de la Sociedad Dominante (que son los que se utilizan para calcular la obligación de disolución legal o de ampliación de capital) asciende a 836,1 millones (837,8 millones a diciembre de 2021), tras la ampliación de capital ejecutada en agosto de 2021.

CAPITAL CIRCULANTE

Capital Circulante	1S 2022	2021	Variación
Existencias (A)	473,4	452,0	21,4
Deudores comerciales y otras cuentas a cobrar (B)	192,3	178,0	14,3
Acreedores comerciales y otras cuentas a pagar (C)	1.367,3	1.274,6	92,7
Capital Circulante (A+B-C)	(701,6)	(644,6)	(57,0)

El capital circulante ha mejorado en 57,0 millones de euros impulsado por el incremento de ventas netas, unas mejores condiciones de pago y una buena gestión de los inventarios durante el primer semestre, a pesar de un mayor aprovisionamiento realizado a finales del mes de junio en previsión de nuevos conflictos en el sector de transporte, fundamentalmente en España y Portugal. Todo ello ha compensado ampliamente el aumento en la cuenta de deudores comerciales y otras cuentas por cobrar derivada principalmente de la implantación del nuevo modelo de franquicias que busca un auténtico *partnership* con los emprendedores locales con los que colaboramos y que, por lo tanto, contribuye a la mejora de su rentabilidad.

A junio 2022 y diciembre 2021 el Grupo no tenía utilizadas líneas *factoring* sin recurso. El importe de *confirming* utilizado por el Grupo se situó en 246,8 millones de euros a 30 de junio de 2022 (diciembre de 2021: 244,0 millones de euros).

INVERSIÓN (CAPEX)

Inversión por país	1S 2022	1S 2021	Variación (%)
España	94,7	58,6	61,6%
Portugal	1,3	10,2	-87,3%
Argentina	35,3	7,3	383,6%
Brasil	3,0	10,7	-72,0%
Total Grupo	134,3	86,8	54,7%

El gasto por inversión (CAPEX) en los primeros seis meses del año aumentó un 54,7%, debido principalmente al plan de remodelaciones de tiendas en curso ligadas al nuevo concepto de proximidad de DIA, que ha supuesto la remodelación de 459 tiendas en España y 138 en Argentina en el primer semestre, con una inversión de 71,3 millones de euros para el Grupo. Las 43 nuevas aperturas de tiendas llevadas a cabo en el primer semestre han supuesto una inversión de 29,8 millones de euros mientras que la inversión en tecnología IT asciende a 12,5 millones de euros. La inversión restante de 20,7 millones de euros corresponde a *Capex* de mantenimiento recurrente del negocio.

RESUMEN DE FLUJOS DE EFECTIVO –1S 2022

(Millones de euros)	1S 2022	1S 2021
Efectivo Neto de operaciones antes de cambios en el capital circulante	166,3	165,4
Variación en el capital circulante	57,0	(26,4)
Cambios en otras cuentas a cobrar y a pagar	11,5	(6,5)
FLUJOS DE EFECTIVO DE LAS ACTIVIDADES DE EXPLOTACION (A)	234,9	132,5
Pagos por inversión en activos fijos	(134,3)	(63,0)
Enajenaciones de activos fijos y otros	2,0	8,6
FLUJOS DE EFECTIVO DE ACTIVIDADES DE INVERSION (B)	(132,3)	(54,4)
Disposiciones y amortizaciones de deuda	36,5	(23,3)
Intereses pagados y otros gastos financieros	(15,6)	(22,5)
Pago por arrendamientos financieros	(136,8)	(133,9)
Otros	2,6	8,4
FLUJOS DE EFECTIVO DE ACTIVIDADES DE FINANCIACION (C)	(113,3)	(171,3)
Diferencias de cambio netas (D)	(22,4)	(8,1)
CAMBIOS EN FLUJOS DE EFECTIVO DURANTE EL PERIODO (A+B+C+D)	(33,1)	(101,4)
Efectivo y equivalentes al efectivo al principio del periodo	361,1	347,0
Efectivo y equivalentes al efectivo al cierre del periodo	328,0	245,6

El flujo de efectivo durante el primer semestre 2022 fue negativo de 33,1 millones de euros debido al esfuerzo inversor que está realizando el Grupo para la implantación del nuevo modelo de tienda y que ascendieron a 134,3 millones de euros. El flujo de efectivo procedente de las operaciones contribuyó positivamente en 29,5 millones de euros, calculado como el efectivo Neto de operaciones antes de cambios en el capital circulante y una vez deducidos los pagos por arrendamiento financiero. La variación del capital circulante contribuyó positivamente en 57,0 millones de euros, junto con una reducción del 30,6% en los pagos por intereses comparado con el mismo periodo del 2021 tras la operación de ampliación de capital y refinanciación de deuda llevada a cabo en el segundo semestre del 2021.

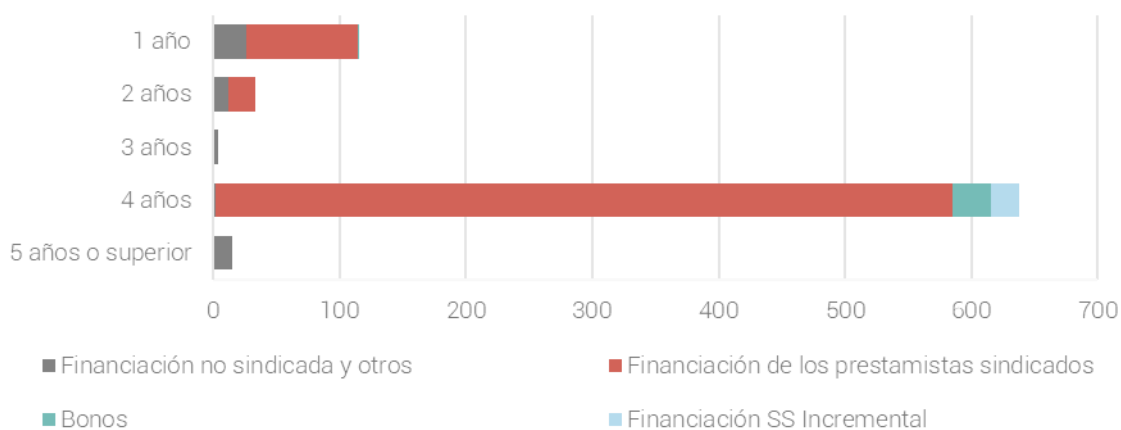
DEUDA FINANCIERA NETA

Conciliación de deuda neta	1S 2022	2021	Variación
Deuda financiera no corriente	1.052,9	1.023,2	29,7
Deuda financiera corriente	306,8	272,5	34,3
Efectivo y equivalentes al efectivo	(328,0)	(361,1)	33,1
Total Deuda Neta	1.031,7	934,6	97,1
Efecto de arrendamientos (deuda) (NIIF 16)	(555,6)	(530,4)	(25,2)
Deuda Financiera Neta	476,1	404,1	71,9

La **Deuda Financiera Neta Total** aumentó en 71,9 millones de euros hasta los 476,1 millones de euros, debido a la fuerte inversión en *Capex* de 134,3 millones de euros, contrarrestada en parte por la generación de caja positiva de las operaciones, la mejora del capital circulante y unos menores gastos de financiación. El ratio de Deuda Financiera Neta Total / EBITDA Ajustado ascendió a 3,7 veces a cierre de junio de 2022 (diciembre 2021: 3,2 y junio 2021: 12,4).

Perfil de vencimientos de **deuda bruta dispuesta** a 30 de junio de 2022 (excl. NIIF16): **804,1 millones de euros**

	1 año	2 años	3 años	4 años	5 años y en adelante	Total
Financiación no sindicada y otros	25,8	11,5	3,5	2,1	15,0	57,9
Financiación de los prestamistas sindicados	88,6	21,2	0,0	582,7	0,0	692,5
Bonos	0,2	0,0	0,0	30,9	0,0	31,1
Financiación SS Incremental	0,0	0,0	0,0	22,6	0,0	22,6
Total	114,6	32,7	3,5	638,3	15,0	804,1



(*) Pagos por arrendamientos no incluidos (NIIF16).

LIQUIDEZ DISPONIBLE

Liquidez disponible	1S 2022	2021	Variación
Efectivo y equivalentes al efectivo	328,0	361,1	-33,1
Líneas de crédito disponibles	130,7	154,3	-23,6
Total Liquidez	458,7	515,4	-56,7

La **Liquidez Disponible** ascendió hasta los 458,7 millones de euros (diciembre de 2021: 515,4 millones de euros), de los cuales 328,0 millones de euros corresponden a efectivo y equivalentes al efectivo y 130,7 millones de euros a líneas de financiación bancaria y confirming no dispuestas.

VARIACIÓN DE TIPOS DE CAMBIO

Variación de tipos de cambio	1S 2022	1S 2021	Variación
Peso Argentino / EURO (tipo cierre periodo)	0,008	0,009	-13,6%
Real Brasileño / Euro (tipo medio del período)	0,181	0,154	17,5%

Tipos de cambio medios de Bloomberg (un cambio negativo de los tipos implica una depreciación respecto al Euro).

HECHOS POSTERIORES AL CIERRE DEL PERIODO

Con posterioridad al día 30 de junio de 2022 y antes de la emisión de este informe, se han realizado las siguientes operaciones en relación con las líneas de financiación del Grupo:

- En DIA Brasil, se ha extendido por 12 meses la línea de confirming por importe de 96 millones de reales brasileños y el préstamo bancario de 100 millones de reales brasileños con una amortización parcial del 15% a realizar en los meses de abril, mayo y junio de 2023.
- En DIA Portugal, se ha extendido la línea de papel comercial de importe 8,3 millones de euros por 12 meses adicionales.
- La línea *Super Senior Supplier Tranche* por importe de 40 millones de euros que vencía el 17 de julio de 2022 se ha renovado por tres meses adicionales hasta el 30 de septiembre de 2022.

Dado el foco estratégico de DIA en el negocio de proximidad, con posterioridad al 30 de junio la Dirección del Grupo valoró posibles opciones para la venta de parte del negocio de supermercados del Grupo en España. Tras analizar distintas alternativas, el día 2 de agosto la Sociedad comunicaba la firma, junto con dos filiales íntegramente participadas de manera indirecta por la Sociedad, esto es, DIA Retail España, S.A.U. ("DIA Retail") y Grupo El Árbol, Distribución y Supermercados, S.A.U. ("GEA", conjuntamente con la Sociedad y DIA Retail, los "Vendedores") un contrato de compraventa de activos inmobiliarios y mobiliarios y transmisión de determinados títulos de posesión, uso y disfrute de ciertos establecimientos (el "Contrato"), en virtud del cual los Vendedores venderán, transmitirán o cederán, según corresponda, a Alcampo, S.A. (i) un portfolio de hasta un máximo de 235 supermercados, (ii) dos naves logísticas situadas en Villanubla (Valladolid), y (iii) determinados contratos, licencias, activos y empleados relacionados con dichos establecimientos y naves logísticas (la "Operación").

El precio de la Operación, que será pagado íntegramente en efectivo, puede variar en función, entre otros parámetros, del número total de activos finalmente transmitidos. En caso de cumplirse todas las condiciones suspensivas y demás términos establecidos en el Contrato en circunstancias que permitan la ejecución completa del perímetro de la Operación, el precio máximo que obtendría la Sociedad sería de 267 millones de euros.

La Sociedad prevé destinar los recursos obtenidos a acelerar la implementación de su plan estratégico mediante la finalización del proceso de remodelación de las tiendas de proximidad de su red actual además de la aceleración de nuevas aperturas dentro de este mismo formato.

La consumación de la Operación está sujeta al cumplimiento o renuncia, tal y como éstas se regulan en el Contrato, de las siguientes condiciones suspensivas en o antes de 15 de abril de 2023: (i) obtención por el comprador de

autorización de control de concentraciones por parte de la Comisión Europea y/o la Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia, (ii) obtención por los Vendedores de autorización por parte de las entidades financieras de la financiación sindicada de la Sociedad para la realización de la Operación, y (iii) transmisibilidad de un número determinado de tiendas variable en función de diversos parámetros.

La Sociedad informará en su momento sobre el cumplimiento de las condiciones suspensivas y el destino de los fondos obtenidos una vez se haya concluido la ejecución de la misma.

Este plan afectará a varias sociedades del Grupo en España y tendrá como resultado adicional a la venta de tiendas, la liquidación de la sociedad Grupo El Árbol. Dado que la decisión del Grupo de iniciar el proceso de venta es posterior a la fecha de los estados financieros intermedios resumidos consolidados reportados, los mismos no recogen impacto alguno por esta operación. A efectos únicamente informativos, el impacto que, en el caso de que hubiera sido necesario efectuar las reclasificaciones derivadas de esta decisión en los estados financieros intermedios resumidos consolidados reportados a 30 de junio de 2022, hubiera dado lugar a una reclasificación de ingresos y gastos de la cuenta de resultados consolidada por un importe neto de 9.411 miles de euros a pérdida de las actividades interrumpidas por la discontinuación de Grupo El Árbol y, respecto de los activos y pasivos operativos del Grupo, hubiera supuesto una reclasificación de los mismos a activos no corrientes mantenidos para la venta y pasivos directamente asociados con activos no corrientes mantenidos para la venta, por importes de 309.834 y 86.431 miles de euros, respectivamente, que incluiría tanto los activos y pasivos de Grupo El Árbol como el resto de activos y pasivos asociados al resto de tiendas que serían objeto de la transacción.

La Sociedad no espera impactos contables negativos en su cuenta de resultados consolidada derivados de la Operación.

MEDIDAS ALTERNATIVAS DEL RENDIMIENTO (MAR)

Las medidas alternativas del rendimiento utilizadas por el Grupo y cuya definición, uso y conciliación se encuentran detalladas en el Informe de Gestión Intermedio Resumido Consolidado correspondiente al período de seis meses terminado el 30 de junio de 2022 son las siguientes:

- Ventas brutas bajo enseña
- Crecimiento de ventas comparables (*Like-for-Like*)
- Beneficio Bruto
- EBITDA Ajustado
- Capex
- Deuda financiera neta
- Liquidez disponible
- Capital circulante (comercial)

Esta presentación contiene declaraciones e información de carácter prospectivo relativas a Distribuidora Internacional de Alimentación, S.A. (DIA) y sus dependientes que se basan en las creencias actuales de la dirección de DIA, en sus principales expectativas e hipótesis, así como en la información de que dispone actualmente DIA y en sus proyecciones de acontecimientos futuros. Estas declaraciones prospectivas hacen referencia únicamente a la fecha en que se realizan, y se basan en la información, los conocimientos y las opiniones disponibles en la fecha en que se formulan; dichos conocimientos, información y opiniones pueden cambiar en cualquier momento. Estas declaraciones prospectivas se presentan a menudo, pero no siempre, mediante el uso de términos o expresiones como "anticipar", "creer", "poder", "podría", "puede", "predice", "potencial", "debería", "hará", "estimaré", "anticipa", "pronostica", "tiene previsto", "proyecta", "continuado", "en curso", "espera", "pretende" y otros términos o expresiones similares. Asimismo, pueden identificarse otras declaraciones de carácter prospectivo en el contexto en que se formulan las declaraciones o por la naturaleza prospectiva de los análisis relativos a las estrategias, planes o intenciones. Dichas declaraciones de carácter prospectivo, así como las incluidas en cualquier otro material examinado en cualquier presentación de la dirección, reflejan las opiniones actuales de DIA con respecto a los acontecimientos futuros y están sujetas a riesgos conocidos y desconocidos, incertidumbres e hipótesis fundamentales sobre DIA y sus dependientes e inversiones, incluidos, entre otros, el desarrollo de sus negocios, las tendencias de su industria operativa y los futuros gastos de capital. A la luz de estos riesgos, incertidumbres e hipótesis, es posible que no se produzcan los acontecimientos o circunstancias a las que hacen referencia las declaraciones prospectivas. Ninguna de las proyecciones, expectativas, estimaciones o perspectivas futuras que figuran en esta presentación debe considerarse como una previsión o promesa ni debe interpretarse como una indicación, garantía o seguridad de que los supuestos sobre los que se han preparado tales proyecciones, expectativas, estimaciones o perspectivas futuras sean correctos o exhaustivos o, en el caso de los supuestos, que se expongan íntegramente en la presentación.

Los analistas, intermediarios e inversores actuales y futuros deben actuar únicamente con arreglo a su propio criterio profesional, teniendo en cuenta la presente nota legal y deben tener en cuenta que muchos factores podrían hacer que los resultados, el rendimiento o los logros reales de DIA y sus dependientes y cualquier información incluida en esta presentación sean materialmente diferentes a cualquier información, resultados, rendimiento o logros futuros que puedan ser expresados o implícitos en dichas declaraciones prospectivas, entre otros: cambios en las condiciones económicas, políticas, gubernamentales y comerciales generales a nivel mundial y en los países en los que operan DIA y sus dependientes; cambios en los tipos de interés; cambios en los tipos de inflación; cambios en los precios; tendencias que afecten a los negocios de DIA y sus dependientes, la situación financiera, los resultados de las operaciones o los flujos de efectivo; el impacto de la legislación y la regulación actual, pendiente o futura en los países en los que operan DIA y sus dependientes; adquisiciones, inversiones o desinversiones que DIA y sus dependientes puedan realizar en el futuro; planes de inversión de capital de DIA y sus dependientes; su disponibilidad estimada de fondos; su capacidad para pagar la deuda con flujos de efectivo futuros estimados; amenazas a la seguridad en todo el mundo y pérdidas de elementos de valor para los clientes; incapacidad para mantener unos entornos de trabajo seguros; efectos de catástrofes, desastres naturales, condiciones climáticas adversas, condiciones geológicas u otras condiciones físicas inesperadas, o actos delictivos o terroristas; percepción pública sobre el entorno de negocio y la reputación de DIA y sus dependientes; cobertura de seguros insuficiente y aumentos del coste de los seguros; pérdida de personal directivo y personal clave; uso no autorizado de la propiedad intelectual de DIA y denuncias de incumplimiento por parte de DIA o sus dependientes de la propiedad intelectual de otros; cambios en la estrategia de negocio y otros factores. Los riesgos e incertidumbres anteriores que podrían afectar a la información proporcionada en la presentación son casi imposibles de prever y predecir. Si se materializan uno o más de esos riesgos o incertidumbres, o si se produce cualquier otro riesgo desconocido, o si cualquiera de las hipótesis subyacentes resultara ser incorrecta, los resultados reales pueden variar materialmente de los descritos en el presente documento como anticipados, creídos, estimados, esperados o previstos.

Ninguna parte pretende actualizar o revisar, ni asume ninguna obligación al respecto, estas declaraciones prospectivas, ya sea como resultado de nueva información, eventos futuros o de otro modo, ni de actualizar las razones por las que los resultados reales podrían diferir de los reflejados en las declaraciones prospectivas. DIA proporciona información sobre estos y otros factores que podrían afectar al negocio y a los resultados en los documentos que presenta a la CNMV (Comisión Nacional del Mercado de Valores) en España. Esta información está sujeta a, y debe ser leída conjuntamente con, el resto de la información disponible públicamente. Como resultado de estos riesgos, incertidumbres y suposiciones, no se debe confiar de forma indebida en las presentes declaraciones prospectivas como predicción de resultados reales o de otro tipo, y los administradores o directivos no son responsables de ninguna posible desviación que pueda surgir en cuanto a los diferentes factores que influyen en el rendimiento futuro de DIA. Ni DIA, ni sus administradores o directivos, ni sus representantes tendrán responsabilidad alguna por cualquier pérdida derivada del uso del presente documento o de su contenido, o que surja en relación con el presente documento.

El presente documento no es apto para su divulgación general, publicación o distribución en cualquier jurisdicción en la que dicha distribución o divulgación contravenga la legislación vigente.

Los presentes materiales no constituyen una oferta de venta, ni una solicitud de ofertas de compra o suscripción de valores en ninguna jurisdicción. Los valores a que se hace referencia en el presente documento no han sido, ni serán, registrados en virtud de la Ley de valores de Estados Unidos de 1933, en su forma enmendada, y no podrán ofrecerse ni venderse en Estados Unidos si no están registrados o si no existe una exención aplicable de los requisitos de registro. No está previsto registrar ninguna parte de ninguna oferta en Estados Unidos ni tampoco realizar una oferta pública de valores en Estados Unidos. Este documento se publica en español e inglés. En caso de discrepancia entre la versión en inglés y la versión en español, prevalecerá la versión en español.