

AVANCE DE VENTAS 4T 2024

Grupo Dia logra ventas netas de 1.480 millones de euros en el cuarto trimestre, un 2,9% más, con un crecimiento de 7,1% en España

- La venta neta en España durante el cuarto trimestre crece un +7,1% impulsada por un mayor número de clientes y tickets, así como por el incremento del negocio online. La venta a superficie comparable avanza un +7,7% en el periodo. Estos crecimientos, por encima del mercado, permiten a Dia ganar cuota de mercado en España.
- En Argentina, se ha mantenido el contexto de caída generalizada del consumo que ha marcado 2024. Sin embargo, gracias a una propuesta de valor de proximidad y precios competitivos y la fortaleza de la marca, Dia consigue ganar cuota de mercado en volumen y a superficie comparable durante el año.

Desglose de ventas 4T 2024

(en millones de euros)	Ventas brutas bajo enseña ¹				Ventas netas ²		
	4 T24	Like-for-Like ³	Variación total		4 T24	Variación total	
			A tipo de cambio corriente	A tipo de cambio constante		A tipo de cambio corriente	A tipo de cambio constante
España continuado ⁵	1,338.6	7.7%	7.5%	7.5%	1,103.4	7.1%	7.1%
Argentina pre-IAS29	474.4	(19.8%)	(7.6%)	126.7%	376.6	(7.6%)	(136.8%)
Total Grupo continuado⁵	1,813.0	N/A	3.1%	42.3%	1,480.1	2.9%	(33.7%)
Total Grupo pre-IAS29	1,813.0	N/A	(20.1%)	10.3%	1,480.1	(19.3%)	(48.0%)
IAS29					113.6	-	-
Total Grupo post-IAS29					1,593.6	23.0%	(26.4%)

Desglose de ventas acumulado 12M 2024

(en millones de euros)	Ventas brutas bajo enseña ¹				Ventas netas ²		
	12M24	Like-for-Like ³	Variación total		12M24	Variación total	
			A tipo de cambio corriente	A tipo de cambio constante		A tipo de cambio corriente	A tipo de cambio constante
España continuado ⁵	5,123.0	5.6%	5.5%	5.5%	4,264.9	5.4%	5.4%
Argentina pre-IAS29	1,778.3	(17.1%)	(5.7%)	220.3%	1,411.3	(5.6%)	29.1%
Total Grupo continuado⁵	6,901.2	N/A	2.4%	65.6%	5,676.2	2.4%	11.8%
España descontinuado ⁶	79.3	(0.1%)	(84.7%)	(84.7%)	62.8	(85.4%)	(85.4%)
Portugal	250.9	(2.4%)	(69.6%)	(69.6%)	183.9	(69.8%)	(69.8%)
Brasil	307.7	(15.1%)	(66.1%)	(65.6%)	242.6	(66.7%)	(66.1%)
Total Grupo pre-IAS29	7,539.1	N/A	(16.2%)	31.3%	6,165.6	(15.6%)	(8.5%)
IAS29					204.0	-	-
Total Grupo post-IAS29					6,369.7	(5.8%)	(1.1%)

Resultados del Grupo

- En el 4T24, las ventas netas del Grupo (perímetro continuado⁵) alcanzan los 1.480 millones de euros, un +2,9% mejor que el año pasado, gracias al crecimiento en España, que compensa la caída del consumo en Argentina.
- Las operaciones corporativas de venta de los negocios de Clarel, Portugal y Brasil (negocios discontinuados) impactan las ventas netas totales del Grupo y suponen un descenso del 19,3% en el trimestre.
- A nivel acumulado, el Grupo continuado⁵ cierra 2024 con una venta neta de 5.676 millones de euros, un +2,4% mejor que el año pasado, de nuevo gracias al fuerte resultado alcanzado en España.
- En el resultado anual, los negocios discontinuados⁶ impactan la venta total del Grupo cerrando 2024 con una caída en venta neta del 15,6%.

España negocio continuado⁵

- Día España alcanza en el cuarto trimestre una venta neta de 1.103 millones de euros, un +7,1% más que el mismo periodo del año anterior. La venta comparable (LfL) crece +7,7%.
- La venta neta acumulada cierra 2024 con 4.265 millones de euros, un crecimiento del +5,4% frente a 2023. La venta comparable (LfL) crece +5,6%.
- La mejora de la venta de Día España es posible gracias al crecimiento de volúmenes por encima del mercado. Esto permite a Día España ganar cuota de mercado a superficie comparable durante todo el 2024 y a superficie total durante el segundo semestre (sin el efecto negativo de las 223 tiendas vendidas en 2023). Según datos de la consultora Nielsen, el mercado en España durante el segundo semestre de 2024 ha crecido en valor +3,7%, mientras que Día ha crecido +6,0%, ganando +0,1pp de cuota de mercado en el periodo.
- Las principales palancas de este crecimiento han sido:
 - El incremento del número de tickets mantiene la tendencia positiva, aumentando en 4T24 un +7,9% y cierra el año con un crecimiento acumulado de +7,1%. La cesta media se mantiene constante en 4T24 con una variación del -0,2% frente al mismo periodo del año anterior y un acumulado de -1,5% confirmando la apuesta por el modelo de proximidad (mayor número de tickets de menor importe).
 - El Club Día y la digitalización de clientes sigue en aumento, creciendo en número de clientes fidelizados y su recurrencia en la compra.
 - La oferta de productos frescos sigue ganando peso en la cesta de nuestros clientes, lo que contribuye a aumentar la frecuencia de visitas.
 - La oferta de un surtido equilibrado entre las principales marcas de fabricante y productos Día de la máxima calidad. Los productos Día

alcanzan en 2024 el 57,7% de la cesta total (sin tener en cuenta productos frescos), lo que supone +3,4pp frente a 2023.

- El canal online sigue siendo uno de los motores de crecimiento del negocio, con un incremento del +30% frente a 2023, y ya supone el 4,4% de la venta total de Día España. La mejora del servicio se refleja en un incremento en la satisfacción del cliente, además de cosechar grandes reconocimientos a la calidad del servicio.

Argentina

- La cifra de ventas en Argentina ha continuado afectada por la caída generalizada del consumo en el sector (-16,5% en 4T24 y -13,4% en el año completo según la consultora Scentia).
- Esto supone cerrar el trimestre con una venta neta para Día Argentina de 377 millones de euros (un 7,6% menos que el mismo periodo del año anterior). Las ventas comparables (LfL) del 4T24 se reducen un 19,8% (medido en número de unidades), lo que supone una ligera recuperación frente al trimestre anterior (LfL de 3T24 fue de -24,9%).
- En el año completo, la venta neta alcanza 1.411 millones de euros, un 5,6% menos que en 2023.
- A pesar de estos resultados, Día Argentina consigue ganar cuota de mercado en volumen y a superficie comparable durante 2024, al seguir apostando por su propuesta de valor de proximidad y precios competitivos, reforzando su marca Día.
- La inflación se reduce notablemente durante el 4T24 frente al comienzo del año 2024 y se espera que la recuperación de la actividad económica, incluido el consumo minorista, empiecen a mejorar durante 2025.
- El canal online, por su parte, experimenta un incremento importante de las ventas gracias a la modernización de la plataforma de e-Commerce, con un incremento del +7,2% frente a 4T23 (medido en unidades), y supone ya un 1,6% del total de la venta.

Valoración de Martín Tolcachir, CEO Global de Grupo Día:

“Grupo Día cierra el último trimestre de 2024 con un desempeño muy sólido y avanza en cuota de mercado en España. Las cifras confirman que la apuesta de Día por la proximidad, por un surtido completo, con productos frescos de la máxima calidad y equilibrio entre las primeras marcas de fabricante y los productos Día, es la vía para convertirnos en la elección favorita de los hogares. En Argentina, en tanto, el negocio muestra su resiliencia, ganando cuota de mercado en volumen y a superficie comparable en 2024.”



Nuestra ambición es ser la tienda de barrio y online preferida en cada comunidad donde operamos, y estamos agradecidos de que nuestro esfuerzo por ofrecer cada día el mejor servicio a nuestros clientes esté dando frutos. Gracias a todo el equipo en tiendas, almacenes y oficinas, y a nuestros franquiciados y proveedores, por su compromiso y por cumplir nuestras metas. Estos resultados nos impulsan para seguir trabajando en el crecimiento de la compañía”.

Notas:

1. Ventas Brutas Bajo Enseña tal y como se definen en el Informe de Gestión Consolidado del 2023. Valor total de la facturación obtenida en las tiendas a tipo de cambio corriente, incluidos todos los impuestos indirectos (valor de ticket de caja) y en todas las tiendas de la Sociedad, tanto propias como franquiciadas.
2. Ventas Netas expresadas a tipo de cambio corriente. En determinados totales y subtotales se aplica la IAS 29 "Información Financiera en economías hiperinflacionarias" correspondiente a Argentina, es decir, ventas afectadas por devaluación y tipo de cambio.
3. Representa la tasa de crecimiento de las Ventas Brutas Bajo Enseña a tipo de cambio constante de aquellas tiendas que hayan operado por un período superior a doce meses y un día en condiciones de negocio similares. Las cifras correspondientes a las ventas Like-for-Like en Argentina han sido ajustadas para reflejar la variación en volumen (unidades).
4. Al final del periodo.
5. Excluye la venta de tiendas que se refiere a la transferencia de tiendas a Alcampo en España, la venta del negocio de Clarel, la venta del negocio de Día Portugal y la venta del negocio de Día Brasil.
6. Representa únicamente la venta de las 223 tiendas del acuerdo de venta de activos alcanzado con Alcampo, concluido durante el primer semestre del 2023, y la venta del negocio de Clarel.

DESGLOSE DE TIENDAS A CIERRE DEL 4T DE 2024

D desglose de tiendas ⁴ (en número de tiendas)	12M23	12M24	Var.	Var. (%)
España continuado ⁵	2,318	2,302	(16)	(0.7%)
Argentina	1,048	1,041	(7)	(0.7%)
Total Grupo continuado⁵	3,366	3,343	(23)	(0.7%)
España discontinuado ⁶	994	-	(994)	-
Portugal	458	-	(458)	-
Brasil	590	-	(590)	-
Total Grupo	5,408	3,343	(2,065)	(38.2%)

Para más detalles, entre en contacto con:



Relaciones con Inversores

Investor.relations@diagroup.com

Medios de Comunicación

comunicacion@diagroup.com

AVISO LEGAL

Este documento es meramente informativo y no debe considerarse como un servicio, recomendación u oferta de ningún producto, servicio o asesoramiento financiero, ni debe interpretarse como una oferta para vender, intercambiar o adquirir, o una invitación para realizar ofertas de compra de valores emitidos por Distribuidora Internacional de Alimentación, S.A. ("DIA") o cualquiera de sus partes vinculadas. Ni DIA, ni ninguna de sus partes vinculadas, consejeros, empleados o agentes hacen ninguna declaración o garantía, expresa o implícita, en relación con la exactitud y/o integridad de la información contenida en este documento y renuncian expresamente a asumir cualquier responsabilidad (ya sea directa o indirecta, contractual, extracontractual o de cualquier otro tipo) en relación con cualquier información aquí contenida o cualquier error u omisión en la misma. No se tiene intención, ni se asume ninguna obligación, de actualizar y/o revisar este documento y/o cualquier proyección, en su caso, incluida en el mismo, ya sea como resultado de nueva información, eventos futuros o de otro tipo, ni se asume la obligación de actualizar las razones por las cuales los resultados reales podrían diferir de los reflejados en la información y/o, en su caso, las proyecciones aquí contenidas. DIA proporciona información sobre elementos que a su criterio 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 leerse junto con, toda la demás información disponible públicamente.

Ninguna de las proyecciones futuras, expectativas, estimaciones y/o perspectivas en este documento debe tomarse como pronósticos y/o promesas, ni deben interpretarse como indicaciones, garantías y/o seguridad de que las asunciones sobre las cuales se han preparado dichas proyecciones futuras, expectativas, estimaciones y/o perspectivas, si las hay, son correctas y/o exhaustivas y/o, en el caso de las asunciones, que están completamente descritas en el documento.

La información incluida en este documento no ha sido preparada ni revisada por los auditores de DIA.