

Grupo Dia

Presentación de Resultados Primer semestre 2024

30 de julio de 2024



*Cada día
más cerca*



Nota legal

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 alguno de 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.

Consideraciones iniciales de la Presentación de Resultados del primer semestre de 2024

En los estados contables semestrales se ha aplicado la norma contable IFRS5 donde las cifras correspondientes al negocio de Clarel, Portugal, Brasil y las tiendas de gran formato de España vendidas a Alcampo, se representan separadas de los resultados de España y Argentina, dentro de las líneas “Resultado de las actividades interrumpidas de la cuenta de resultados resumida consolidada”, “Activos no corrientes mantenidos para la venta” y “Pasivos asociados con activos no corrientes mantenidos para venta”. Es decir, exceptuando la línea de Resultado Neto del Grupo, el resto de líneas no contienen los resultados de estas operaciones y solo reflejan los resultados de España (sin las tiendas de gran formato) y Argentina.

En esta presentación, para poder hacer una explicación de los resultados más comparables y alineado con los ocurrido en el negocio, se muestran tanto las cifras de España (sin las tiendas de gran formato) y Argentina en un subtotal denominado “Grupo continuado” y las cifras de Clarel, Portugal, Brasil y las tiendas de gran formato de España en un subtotal denominado “Grupo discontinuado”. Se muestra también un Grupo total, agregando las cifras de Grupo continuado y Grupo discontinuado, pero este Grupo total no corresponde con las cifras mostradas en los estados contables (excepto Resultado Neto) por la diferencia explicada anteriormente (aplicación de la norma IFRS5).














En el Anexo de esta presentación existen tablas comparativas entre las cifras aquí presentadas frente a los estados contables semestrales.

Contexto de los resultados 1S24 Grupo Dia

- ✓ Dia culmina en 1S24 su proceso de transformación y de simplificación del negocio.
- ✓ Habiendo completado la venta de los negocios de Brasil, Portugal y Clarel, Dia se enfoca ahora únicamente en aquellos mercados que han demostrado ser capaces de crecer y mejorar sus resultados en los últimos años, España y Argentina.
- ✓ Las inversiones realizadas en estos mercados han permitido a Dia renovar su propuesta de valor, crecer en número de clientes, NPS y cuota de mercado¹ así como mejorar sus resultados financieros.
- ✓ Dia entra en una nueva fase de crecimiento donde concentra los esfuerzos en mercados clave donde demostró tener un modelo ganador y un negocio rentable:
 - Los resultados de España han mejorado significativamente ayudando al desapalancamiento del Grupo así como a la construcción de un negocio rentable, generador de caja y con alto potencial de crecimiento.
 - Argentina, a pesar del difícil contexto macroeconómico, tiene un desempeño por encima de sus competidores y obtiene una rentabilidad positiva que le permite autofinanciarse.

(1) En España, este crecimiento ha sido de cuota de mercado a superficie comparable, es decir, excluyendo el impacto de cierres y venta de tiendas

El nuevo Grupo Dia

	1S 2021	1S 2024 ¹		
 Negocios				
 Tiendas	5.993	3.353		-44%
 Venta Bruta (GSUB)	3.813M	3.311M		-13%
 EBITDA Ajustado (% Venta Neta)	48M (1,5%)	128M (4,7%)		+80M (+3,2pp)
 Resultado Neto	-105M	16M		+121M
 Ratio Apalancamiento²	3,1x	1,1x		-2,0x

(1) Datos para el perímetro continuado (España y Argentina), excluyendo impactos extraordinarios de las operaciones de venta de Brasil, Portugal o Clarel

(2) Ratio Apalancamiento (Leverage Ratio) se define como Deuda Financiera Neta / Ebitda Ajustado (LTM = últimos 12 meses). El dato de 1S2024 está calculado usando la Deuda Financiera Neto del Grupo y el Ebitda Aj. correspondiente al Grupo continuado (España sin Clarel ni tiendas de gran formato + Argentina)

Hechos destacados TS24 Grupo Dia



*Cada día
más cerca*



Hechos destacados 1S24 Grupo Dia



1. España continúa su crecimiento orgánico con LFL por encima del mercado

- Crecimiento de venta LfL por encima de la inflación y del mercado, impulsado por volumen
- Mejora continuada del NPS cliente y aumento del número de tickets
- Incremento del número de clientes digitales y del peso de la venta online
- Surtido equilibrado entre productos marca Dia y marcas nacionales



2. Argentina gana cuota de mercado a pesar del difícil contexto macroeconómico

- Ganancia de cuota de mercado, creciendo en número de clientes
- NPS cliente alcanza máximos históricos para el negocio



3. Cierre del proceso de simplificación del portfolio del Grupo

- Venta de los negocios de Portugal, Clarel y Brasil



4. Mejora sustancial de los resultados financieros y de deuda

- Ebitda Ajustado en España¹ alcanza €114m (casi x2 vs 1S23 y x3 vs 1S22)
- Argentina se mantiene rentable (2% margen Ebitda Aj.) y autofinanciada
- Resultado neto positivo del Grupo continuado¹ de €16m (+€46m vs 1S23)
- Generación de caja positiva, liderado por España² con €80m
- Reducción deuda neta vs. 1S23 de €92m y LR³ de 1,1x Ebitda Aj. (-0,9x vs. 1S23)



5. Ejecución del plan estratégico de sostenibilidad

(1) Grupo continuado: España sin Clarel y sin tiendas de gran formato vendidas a Alcampo + Argentina.

(2) No incluye: Clarel, tiendas de gran formato vendidas a Alcampo ni impactos derivados de la venta de los negocios de Portugal y Brasil.

(3) Leverage Ratio (LR) se define como Deuda Neta sobre EBITDA Ajustado acumulado de los últimos 12 meses. El dato de EBITDA Ajustado es del Grupo continuado (España sin Clarel ni tiendas de gran formato + Argentina).

01.

España continúa su crecimiento orgánico con LFL por encima del mercado



*Cada día
más cerca*

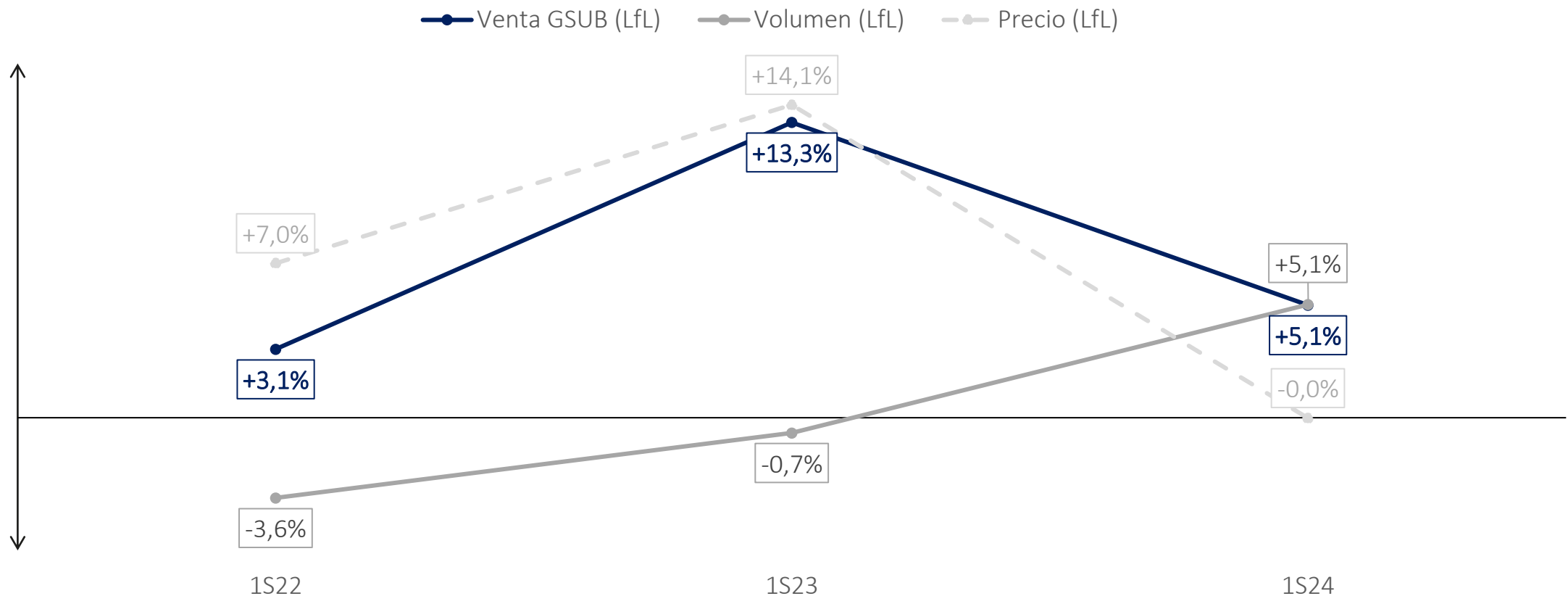




1. España continua con un fuerte crecimiento de la venta LFL

España logró cerrar el 1S24 con una venta LFL de +5,1%, enlazando 2 años consecutivos de crecimiento LFL. El volumen, impulsado por la captación de nuevos clientes, ha sido el motor de este crecimiento, que ha superado a la inflación del período.

España¹ – Evolución² de venta LFL GSUB, volumen y precio (LfL)



(1) No incluye: tiendas de gran formato vendidas a Alcampo ni Clarel.

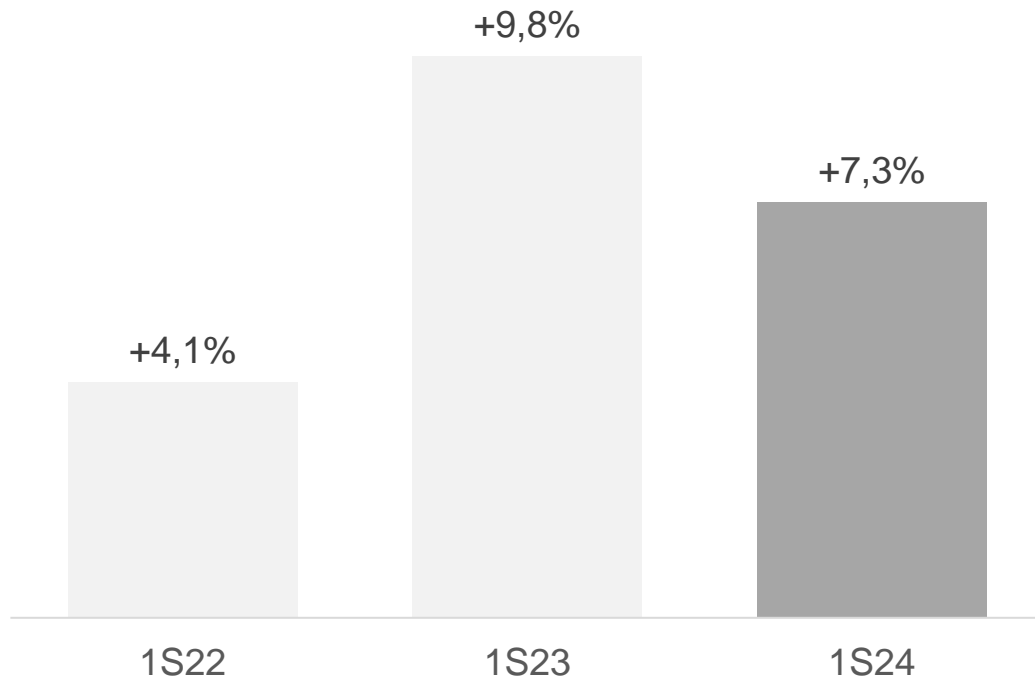
(2) Los porcentajes reflejan crecimientos año contra año.

1. Sigue aumentando el número de tickets, con la marca Dia ganando peso y manteniendo un balance entre productos Dia y marcas nacionales

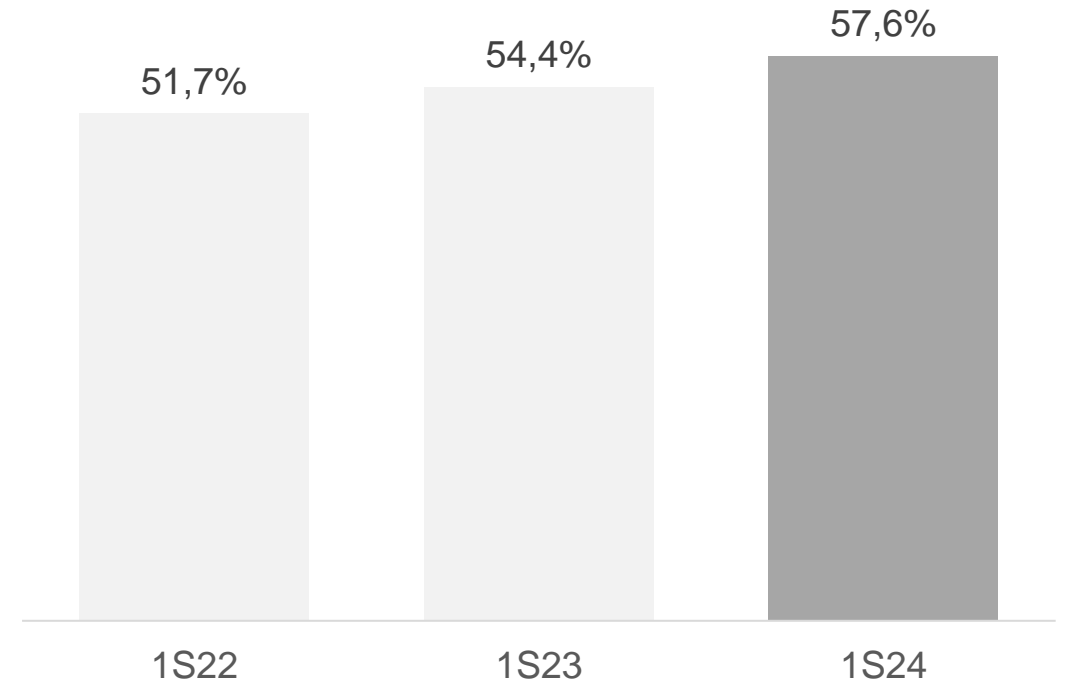


La propuesta de valor de Dia sigue demostrando su éxito a través del aumento en el número de tickets. Además, seguimos apostando por un equilibrio entre la marca del fabricante y la marca propia, donde se ha renovado el surtido completo incluyendo mas de 50 innovaciones en el 1S24, dando la libertad de elección del surtido al cliente.

España¹ – Tickets (LfL)



España¹ – Peso de la marca Dia en la cesta²



(1) No incluye: tiendas de gran formato vendidas a Alcampo ni Clarel.

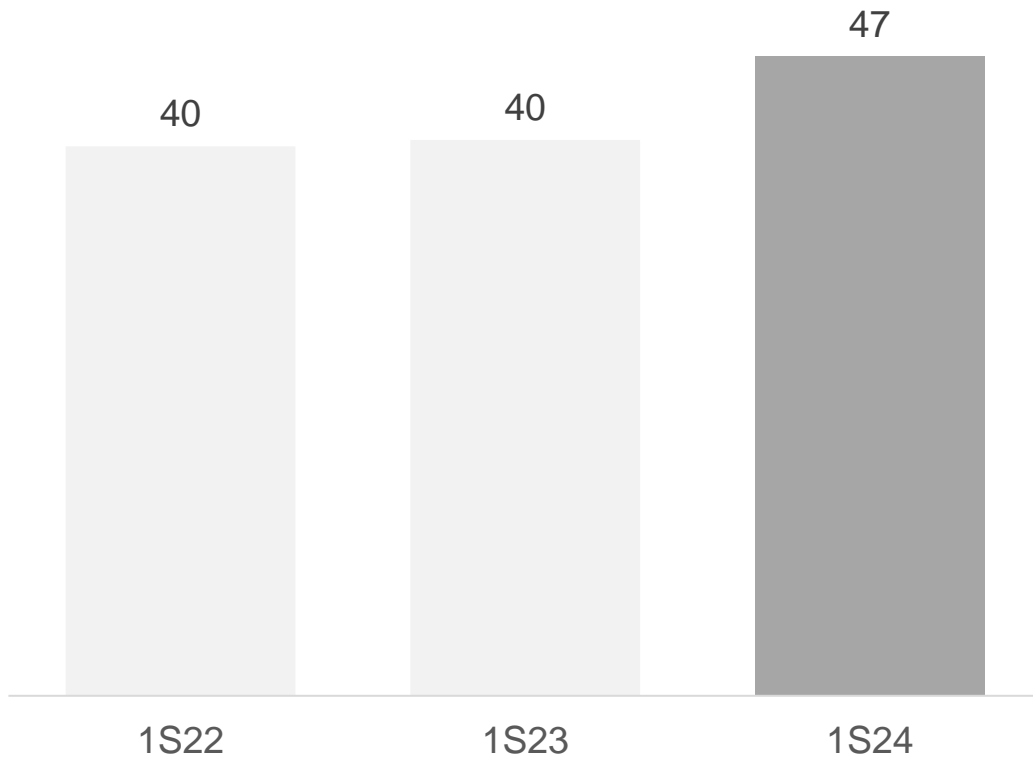
(2) Sin considerar frescos.

1. El éxito de la nueva propuesta de valor de Dia se refleja en una constante mejora de la satisfacción de los clientes



El incremento de la satisfacción de nuestros clientes también ratifica el éxito de la apuesta por una estrategia centrada en la proximidad, una compra fácil y rápida, y la mejor relación calidad-precio. La percepción de frescura junto el precio y Club Dia obtienen las mejores valoraciones de toda la serie histórica.

España¹ – NPS² (Net Promoter Score) de Clientes

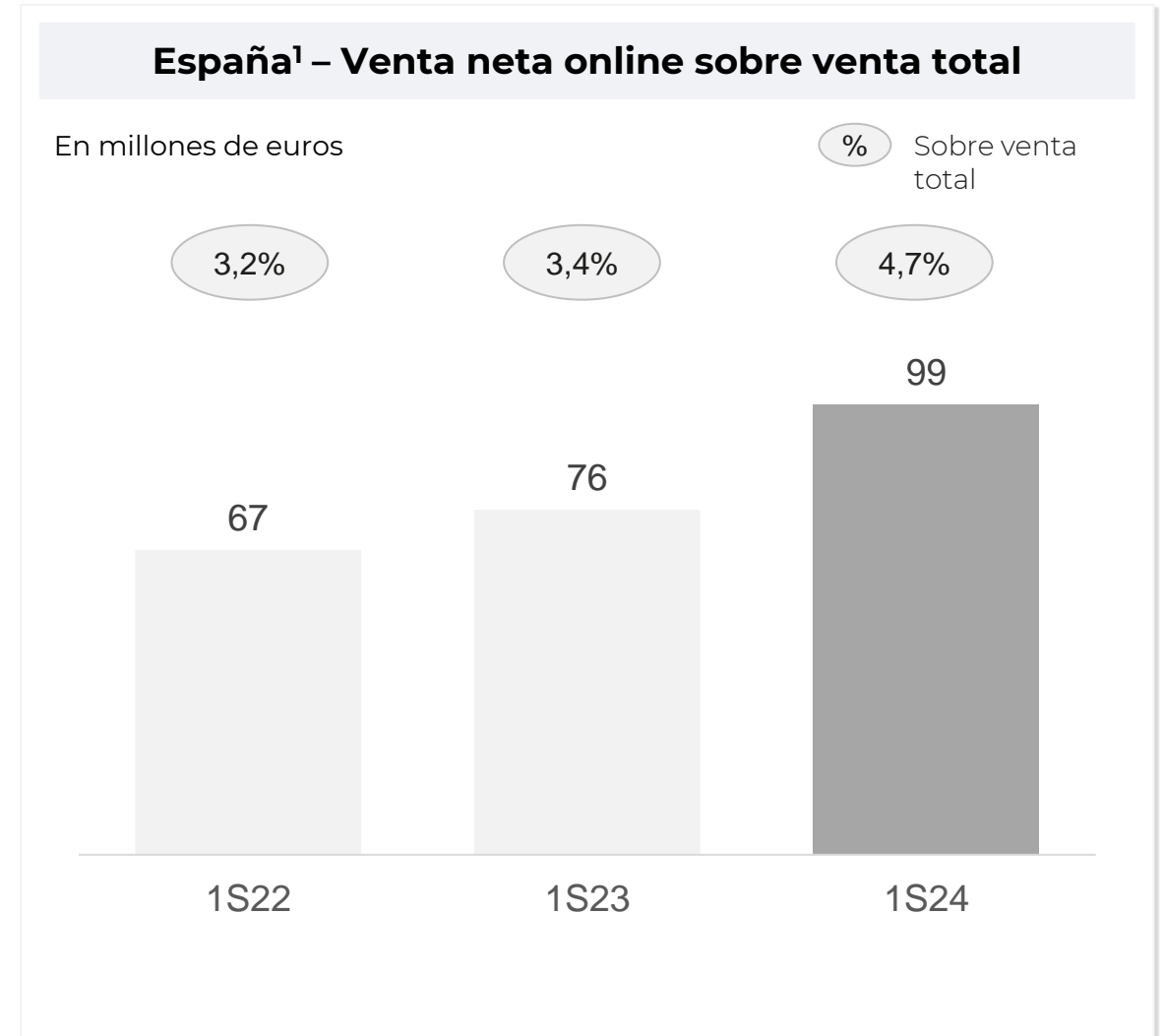
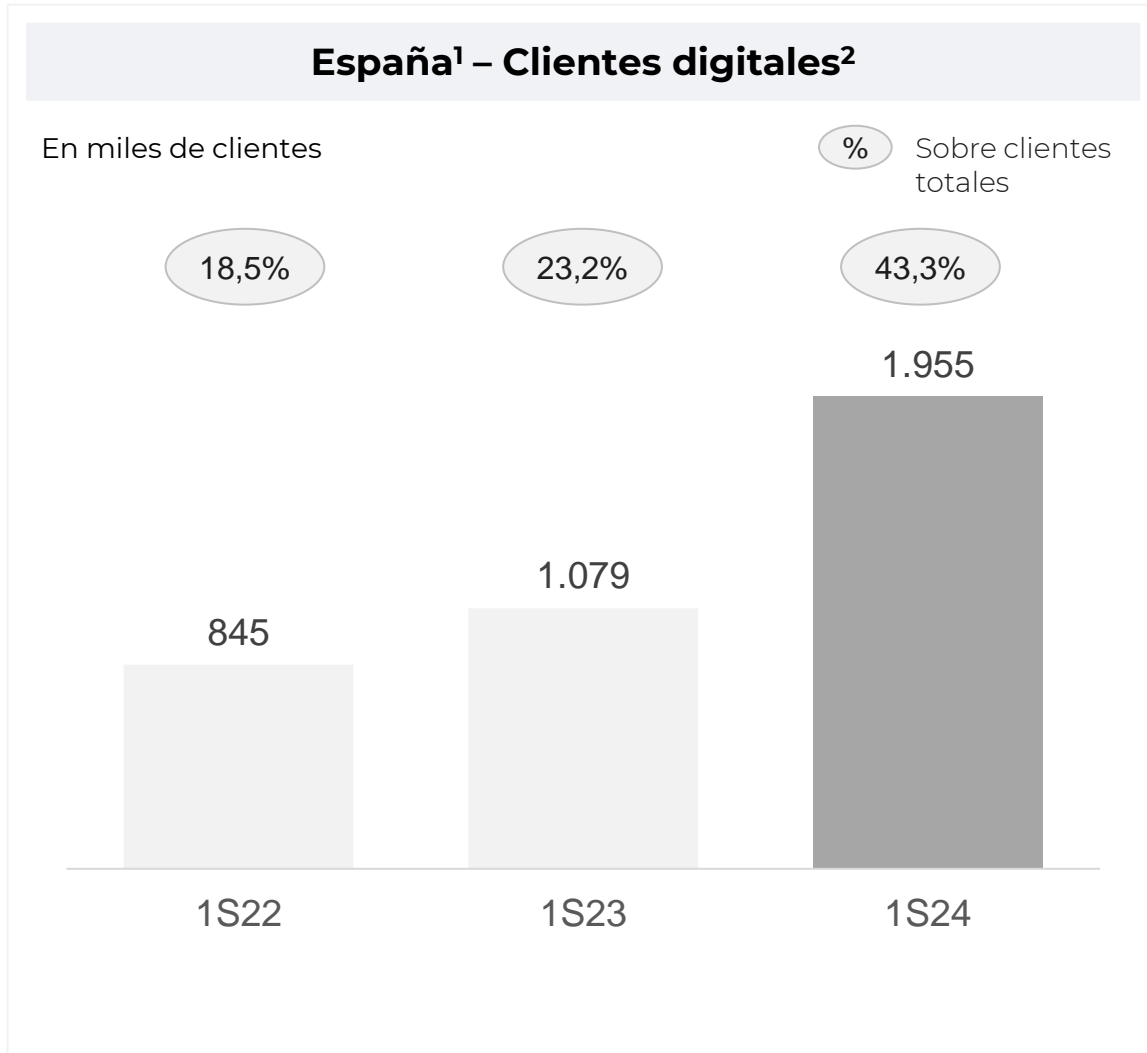


(1) No incluye Clarel.
(2) Calculado como el promedio ponderado de NPS mensual por la cantidad de encuestas respondidas.

1. El negocio online continúa creciendo, ganando clientes digitales y con un mayor peso del e-commerce sobre la venta total



Los esfuerzos en el desarrollo del canal online dan sus frutos. La base de clientes digitales se duplica vs 1S23 y el peso de la venta online crece 1,3pp vs 1S23 hasta el 4,7%.



(1) No incluye Clarel.

(2) Clientes que tienen un perfil digital. Es decir, que se han dado de alta en la App y compran a través de ella o a través del e-commerce.

02.

Argentina gana
cuota de mercado a
pesar del difícil
contexto
macroeconómico



*Cada día
más cerca*

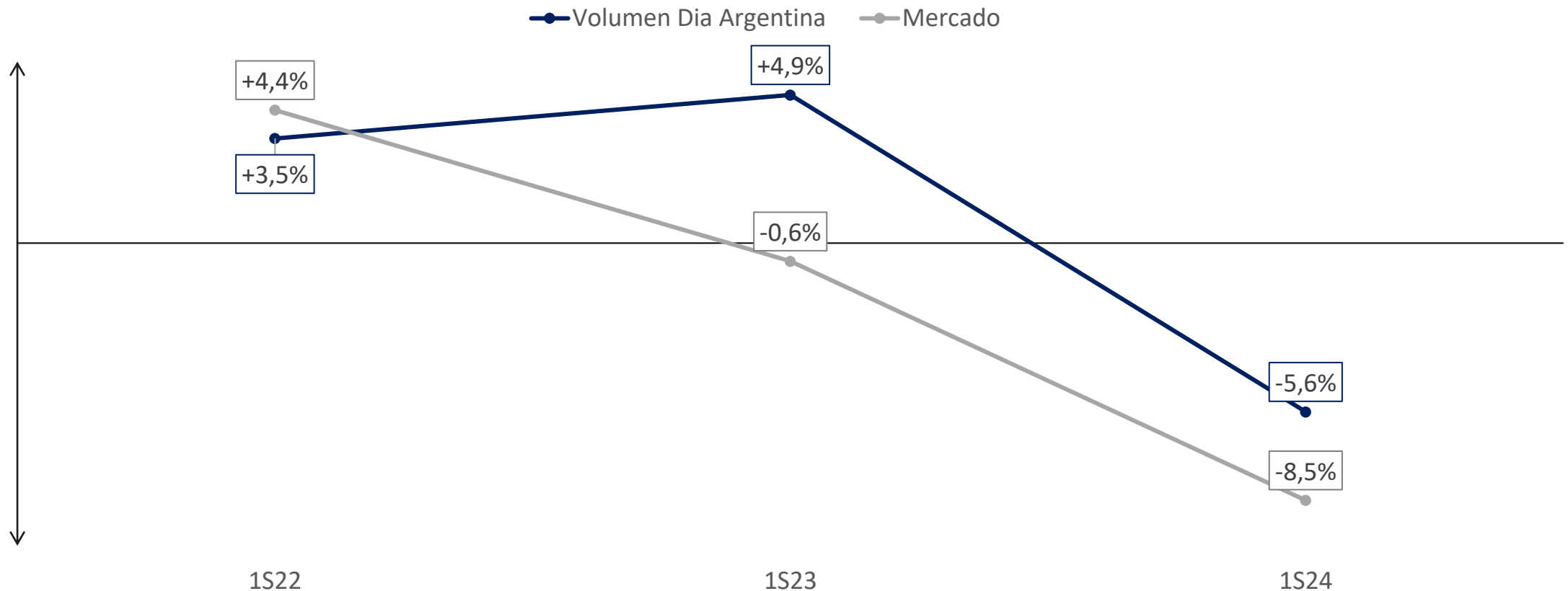


2. Argentina se ha visto impactada por el fuerte ajuste del consumo como consecuencia de la situación macroeconómica



Dia Argentina ha logrado ganar cuota de mercado durante el 1S24, creciendo por encima de la competencia, a pesar de un contexto macroeconómico complejo del país en el 1S24 que ha impactado fuertemente en la venta.

Argentina – Evolución¹ de volumen Dia Argentina vs. mercado²

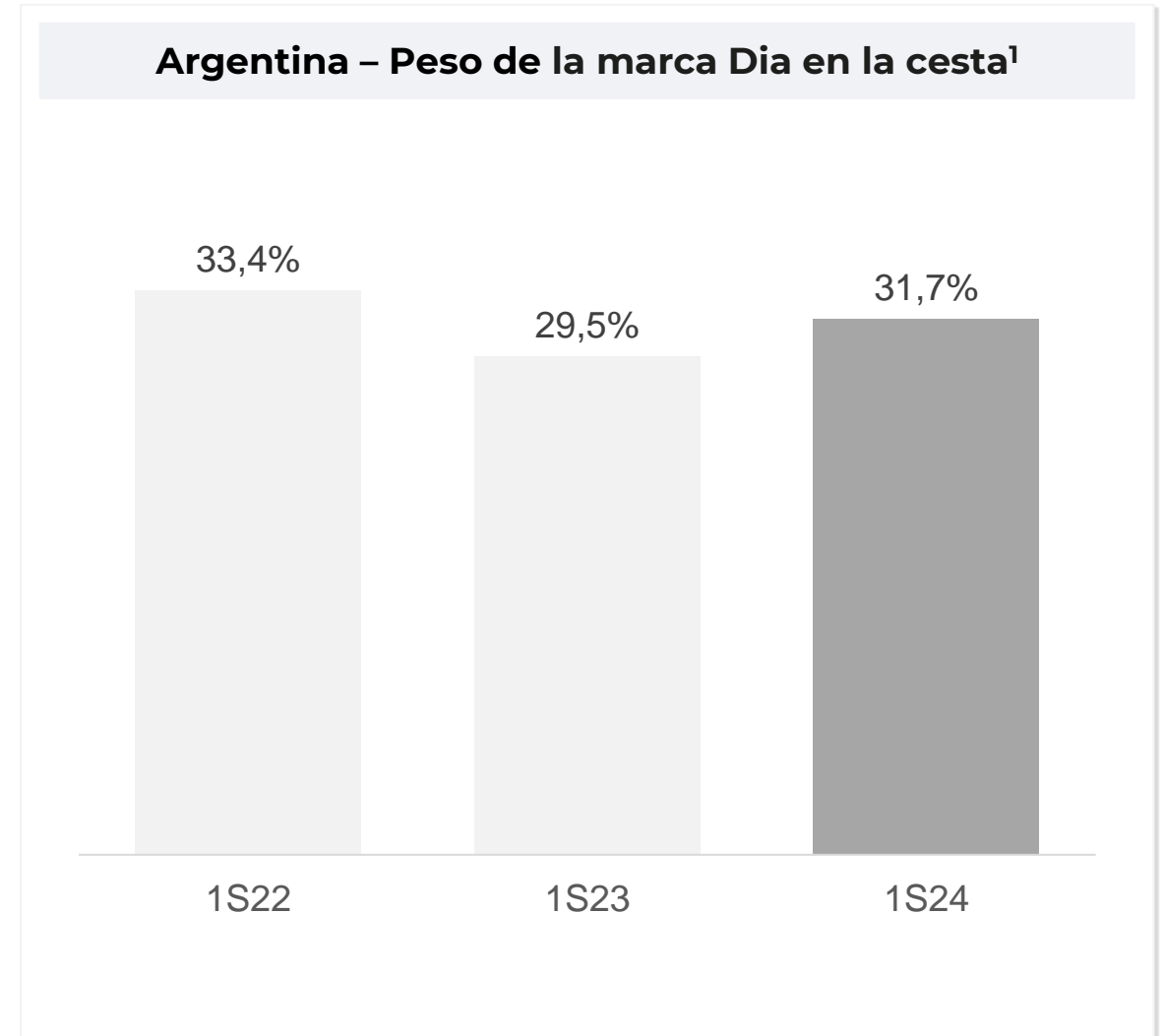
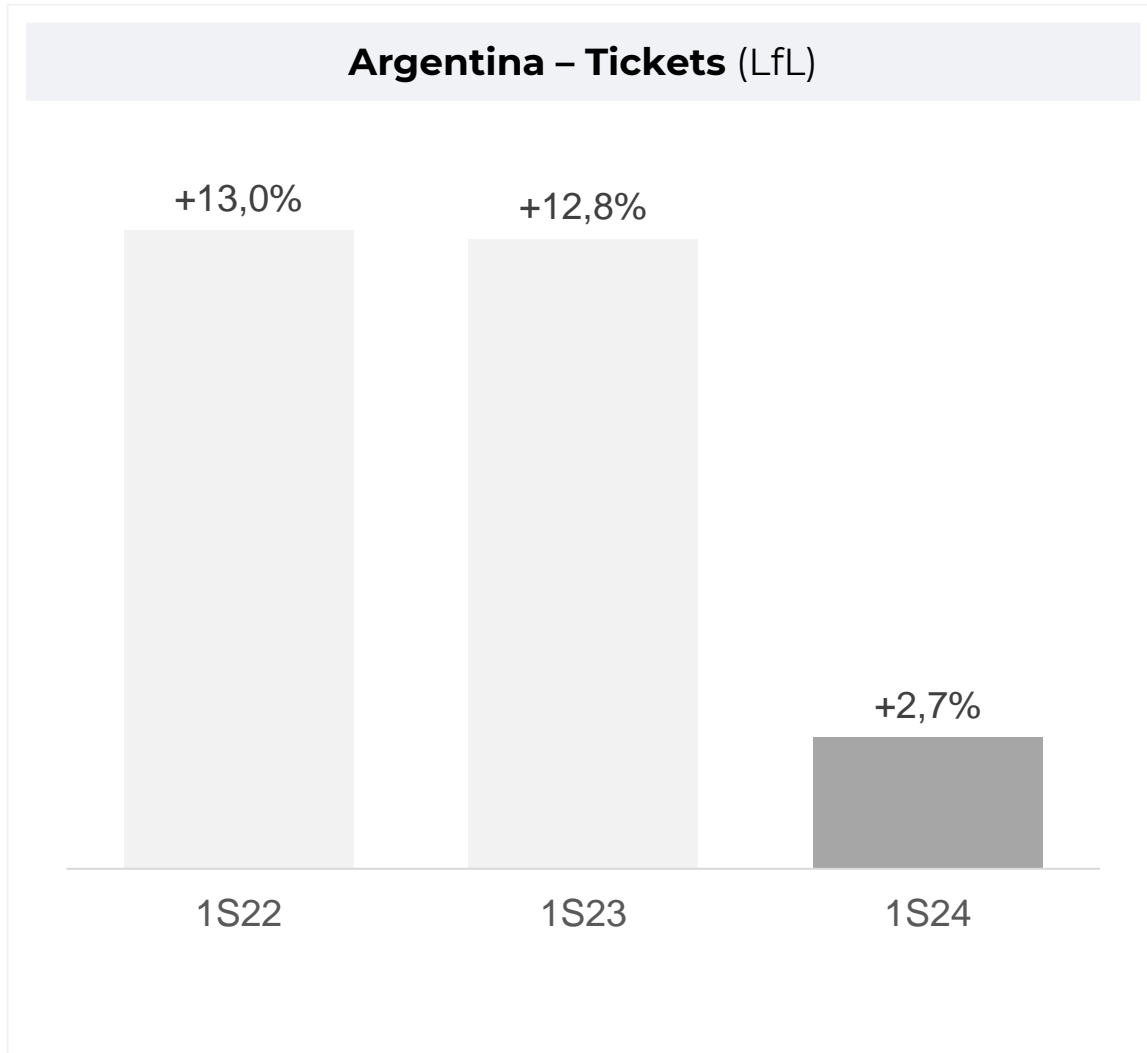


(1) Los porcentajes reflejan crecimientos año contra año.
(2) Fuente: Scentia para total autoservicios ("self service" total) a nivel nacional.

2. A pesar de la caída del consumo, continúa el crecimiento de tickets, con la marca Dia ganando relevancia en un contexto de ahorro de los clientes



A pesar del contexto, la propuesta de valor de Dia sigue demostrando su éxito a través del aumento en el número de tickets. La marca propia gana peso vs 1S23 después de la renovación de la mayor parte del surtido.



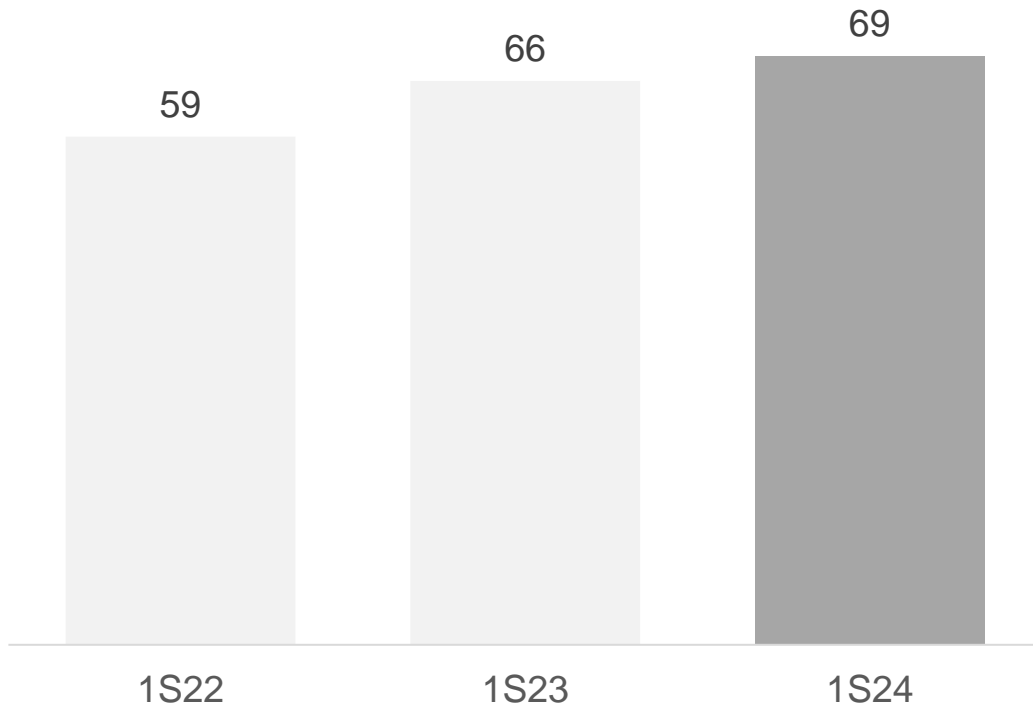
(1) Sin considerar frescos.

2. La satisfacción de los clientes alcanza máximos históricos, reforzando nuestra propuesta de valor y nuestro compromiso con el ahorro



La satisfacción de nuestros clientes continua incrementándose año tras año ratificando el éxito de la estrategia implementada. Durante el 1S24 hemos alcanzado el índice NPS más alto de la serie histórica en Argentina. Los principales aspectos más valorados por nuestros clientes son la atención y el servicio en tienda.

Argentina – NPS² (Net Promoter Score) de Clientes



(1) Calculado como el promedio ponderado de NPS mensual por la cantidad de encuestas respondidas.

2. El negocio online gana clientes y peso sobre la venta total gracias a las mejoras implementadas en los últimos meses



Los avances en omnicanalidad también son notables. Los clientes digitales alcanzaron el 34,6% sobre el total de clientes y la venta online cerró en 1,3% de la venta total.



(1) Clientes que tienen un perfil digital. Es decir, que se han dado de alta en la App y compran a través de ella o a través del e-commerce.

03.



Cierre del proceso
de simplificación
del portfolio del
Grupo



*Cada día
más cerca*



3. Se han concluido las operaciones de venta de Portugal, Clarel y Brasil

Operación	Detalles principales	Impactos
	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Acuerdo con Grupo Trinity para la venta de Clarel (1.000 tiendas), la unidad de negocio dedicada al cuidado personal y del hogar. ✓ El cierre de la operación se produjo el 1 de abril de 2024. 	<p>Caja total a recibir por la operación (estimada):</p> <ul style="list-style-type: none"> - 2024 (€12M), potencial 2029 (€15M) <p>Rembolso de capital circulante (estimado):</p> <ul style="list-style-type: none"> - 2024 (€4M), 2027 (€12M), 2029 (€2M)
	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Acuerdo con Auchan para la venta de Dia Portugal (485 tiendas) incluyendo Mais Perto). ✓ El cierre de la operación se produjo el 30 de abril de 2024. 	<p>Caja máxima estimada a recibir por la operación:</p> <ul style="list-style-type: none"> - 2024 → €73M
	<ol style="list-style-type: none"> 1. Durante el 1S24 se realizó un proceso de reestructuración del negocio de Dia Brasil que implicó el cierre de 343 tiendas de bajo rendimiento y 3 almacenes así como la solicitud de inicio de un proceso de Recuperación Judicial. 2. Posteriormente se alcanzó un acuerdo para la venta del negocio a MAM Asset Management. 3. Este acuerdo desvincula al Grupo del negocio en Brasil, salvo por aquellos acuerdos encaminados a facilitar la transición del negocio al comprador. 4. La venta supone la desinversión total por parte del Grupo Dia del territorio de Brasil, así como una salida limpia frente al comprador (dada la limitada responsabilidad asumida por Grupo Dia). 	<ul style="list-style-type: none"> - Resultado Neto¹ → -€107 millones - Flujo de caja² → -€76 millones

Los fondos procedentes de las operaciones serán destinados a avanzar en la estrategia de desapalancamiento del Grupo.

(1) EUR 107m: (i) EUR 37m por la aportación de fondos previo a la venta en Dia Brasil, (ii) EUR 30m por pagos de deudas financieras garantizadas por la Sociedad, (iii) EUR 27m por reclasificación de las diferencias de conversión asociadas al Real brasileño, (iv) EUR 4m por condonación de deudas intragrupos y (v) EUR 9m por gastos asociados a la operación.

(2) Flujo de caja igual a resultado neto excluyendo EUR 27m de la reclasificación de las diferencias de conversión asociadas al Real brasileño y EUR 4m por condonación de deudas intragrupos.

04.

Mejora sustancial
de los resultados
financieros y de
deuda



*Cada día
más cerca*



4. España consolida las mejoras con crecimiento en venta y duplicando el Ebitda Ajustado vs '23 (y triplicando vs '22)

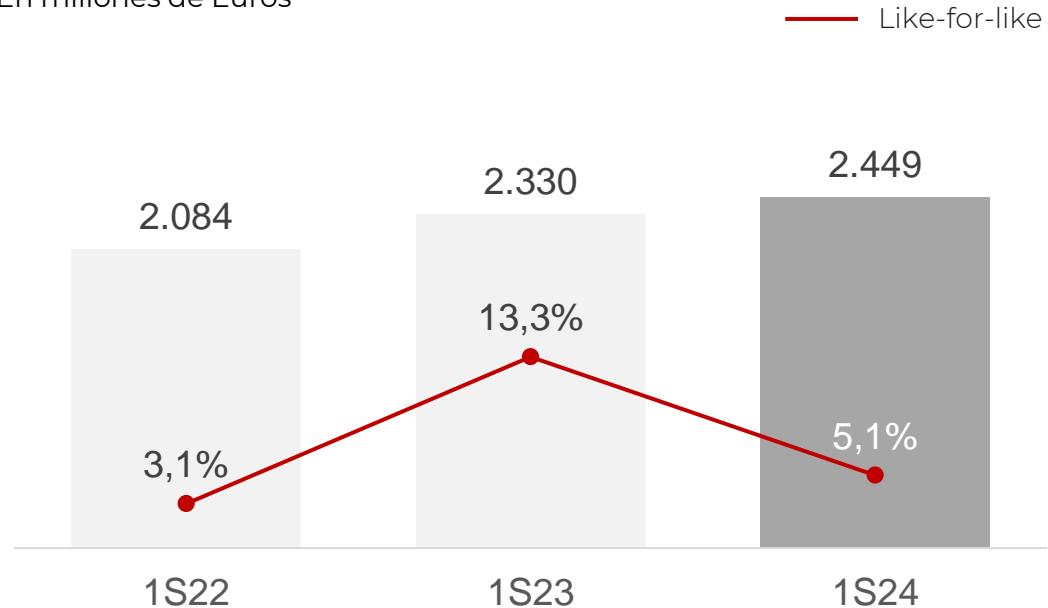


A pesar de la reducción del perímetro de tiendas, España ha sido capaz de crecer su venta total y su venta LfL. Además del crecimiento de venta, las mejoras operativas han permitido incrementar significativamente el EBITDA Aj. y la rentabilidad.

España¹ – GSUB

El GSUB de España creció de '22 a '24 a pesar de la reducción del número de tiendas (430 tiendas menos, un 16% menor).

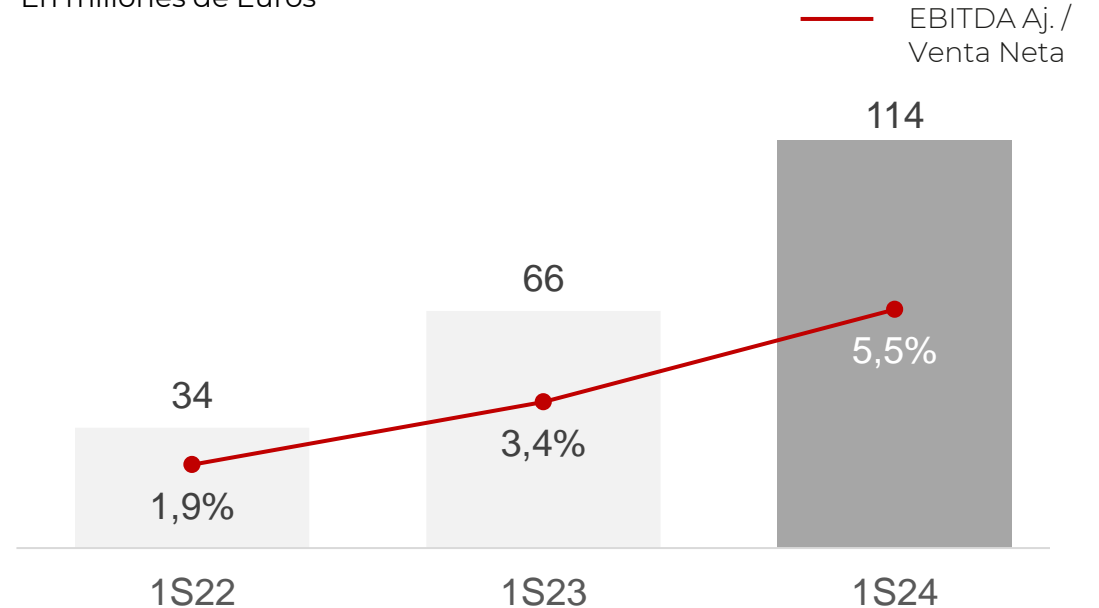
En millones de Euros



España¹ – EBITDA Ajustado

El EBITDA Aj. se ha casi duplicado desde '23 y triplicado desde '22, con la rentabilidad creciendo más de 3,5pp vs '22.

En millones de Euros



(1) No incluye: tiendas de gran formato vendidas a Alcampo ni Clarel.

4. Estas mejoras se reflejan en un resultado neto positivo así como en la generación de caja positiva



España¹ – Resultado Neto

El Resultado Neto en España ha sido positivo en 1S24 alcanzando los 25 millones de Euros, un crecimiento de 59 millones vs. 1S23.

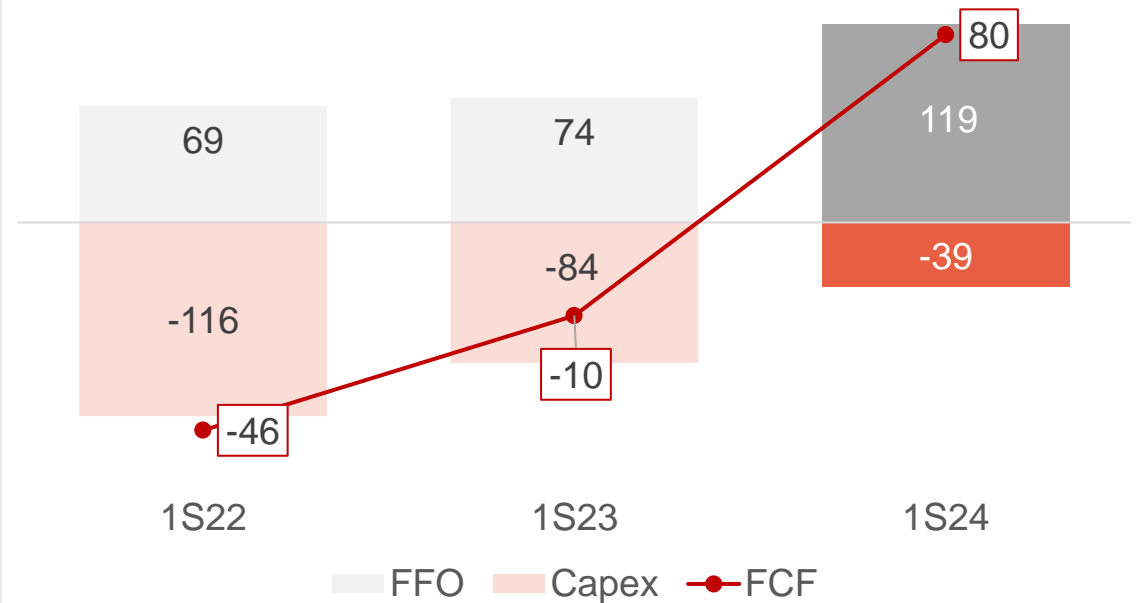
En millones de Euros



España¹ – Generación de caja^{2,3}

La generación de caja ha sido positiva con una reducción importante del Capex tras las inversiones realizadas durante los últimos años como parte del plan de transformación, así como una mejora notable del Cash Flow operacional.

En millones de Euros



(1) No incluye: tiendas de gran formato vendidas a Alcampo ni Clarel.

(2) La generación de caja se compone de los flujos de efectivo de las actividades de explotación FFO (incluyendo el efectivo neto de la operación y cambios en otras cuentas a cobrar y pagar menos las variaciones en el capital circulante) y de la inversión en activos fijos (Capex). No se incluyen flujos de efectivo de actividades de financiación ni enajenación de activos fijos.

(3) El FCF de 1S23 excluye el FCF de Clarel y el impacto de las tiendas vendidas a Alcampo, tanto el EBITDA Aj. como el capital circulante (estimado en EUR 49m en 1S23 sobre un total de EUR 58m).

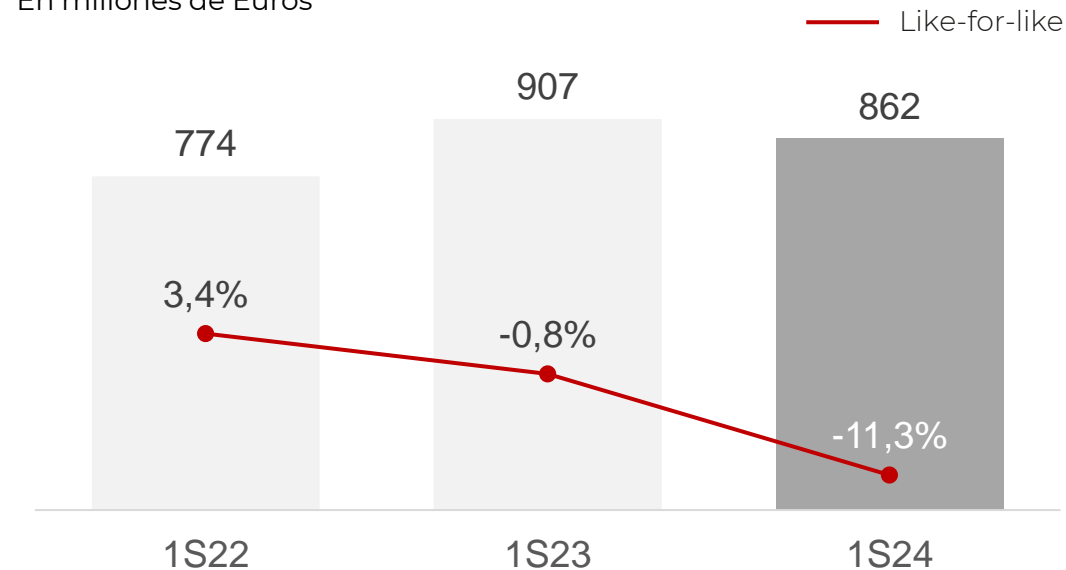
4. A pesar de la difícil situación macroeconómica y de la caída del consumo, Argentina consigue un Ebitda Ajustado positivo y defender su rentabilidad



Argentina – GSUB¹

La venta se ha visto fuertemente impactada en '24 por la caída del consumo y la devaluación del peso (en moneda local el crecimiento fue de +285%, superior a la inflación del período).

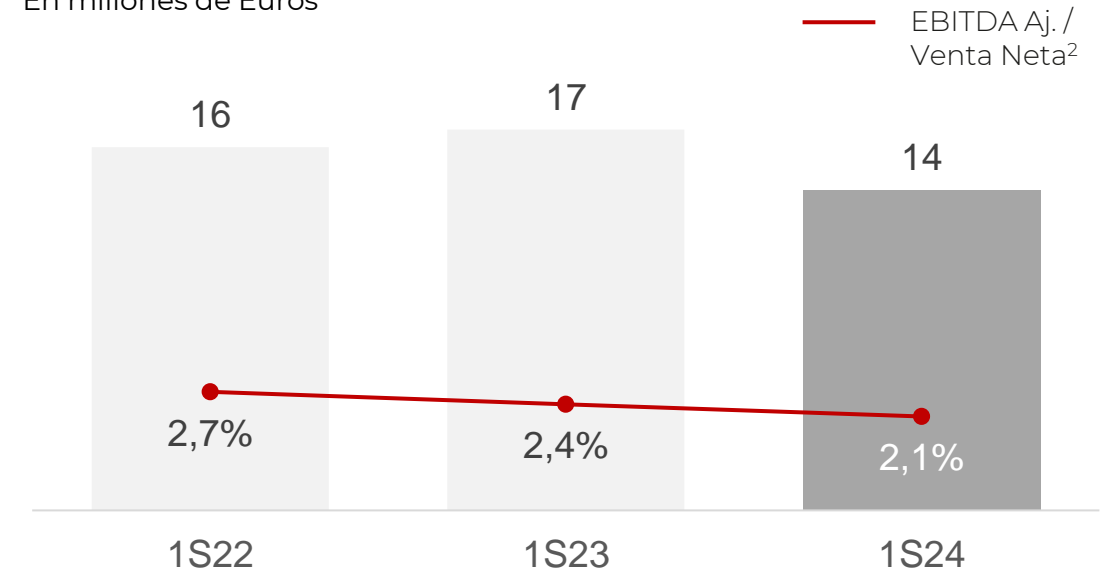
En millones de Euros



Argentina – EBITDA Ajustado

A pesar de la caída de la venta se ha conseguido reducir su impacto en EBITDA Ajustado y margen, gracias al fuerte control sobre los gastos, manteniendo la rentabilidad por encima del 2% de la venta neta.

En millones de Euros



(1) El dato de GSUB de Argentina de 2022 aquí expresado es el reportado en los estados contables semestrales de 2022. El dato de 2022 re expresado (como se muestra en el Avance de Ventas del 1S 2023, publicado el 3 de agosto de 2023) es de 1.616 millones de euros. Se utiliza el dato de los estados contables semestrales de 2022 para claridad de la evolución.

(2) La Venta Neta utilizada para calcular los márgenes excluye el efecto de IAS29, equivalente a un efecto positivo en 1S24 de EUR 83 millones. En 1S23 se publicaron EUR 701 millones de Venta Neta que incluían un efecto negativo de EUR 17 millones por IAS29. En 1S22 se publicaron EUR 652 millones de Venta Neta que incluían un efecto positivo de EUR 39 millones por IAS29.

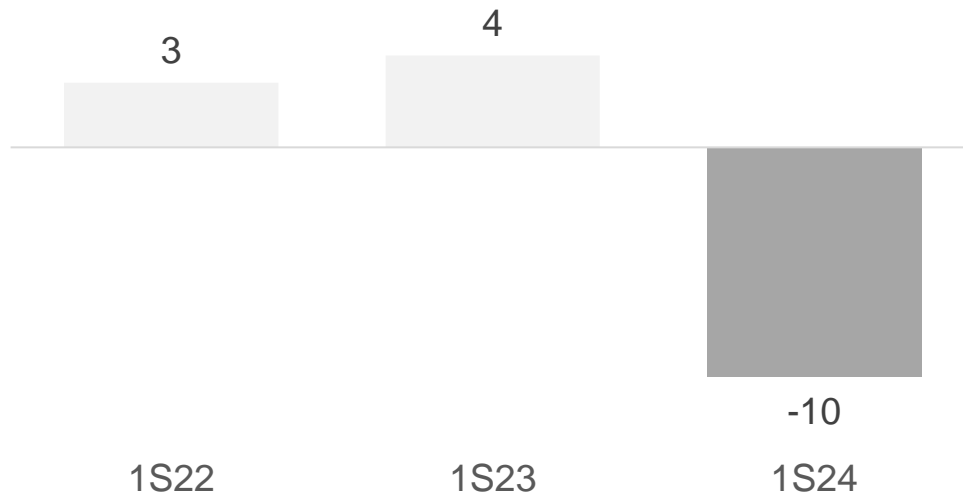
4. La caída del consumo ha tenido un impacto en el resultado neto, pero se logra proteger la caja ajustando las inversiones en Capex



Argentina – Resultado Neto

La devaluación del peso impactó también al Resultado Neto de Argentina.

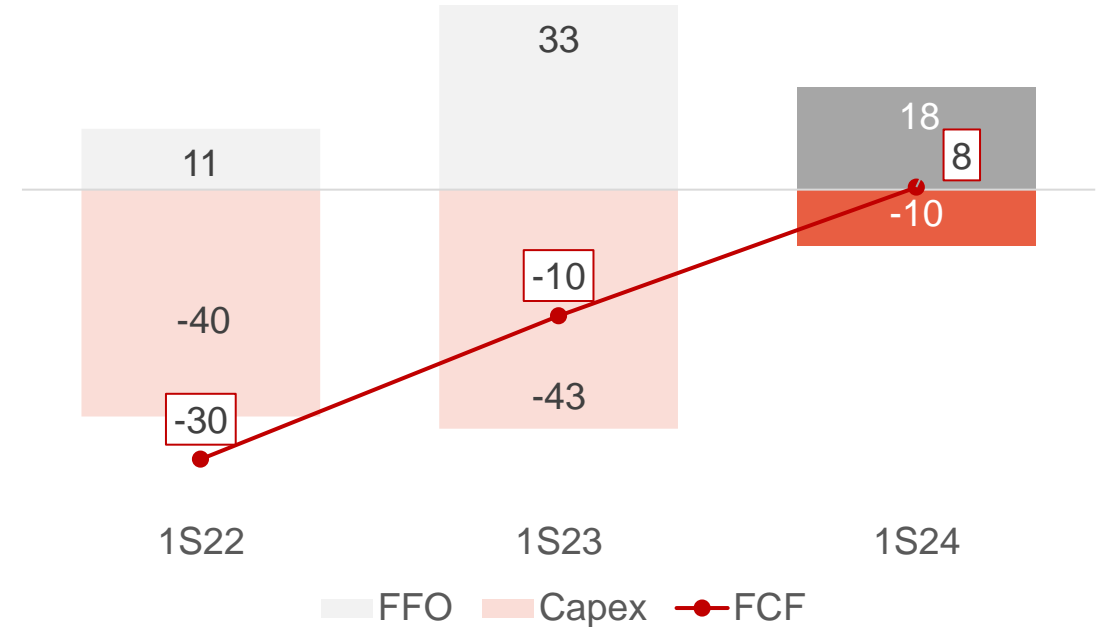
En millones de Euros



Argentina – Generación de caja^{1,2}

Durante 1S24 se ha hecho un esfuerzo para proteger la caja reduciendo el volumen de Capex.

En millones de Euros



(1) La generación de caja se compone de los flujos de efectivo de las actividades de explotación FFO (incluyendo el efectivo neto de la operación y cambios en otras cuentas a cobrar y pagar menos las variaciones en el capital circulante) y de la inversión en activos fijos (Capex). No se incluyen flujos de efectivo de actividades de financiación ni enajenación de activos fijos.

(2) Los datos de FCF del primer semestre están impactados por la estacionalidad del negocio. Los datos anualizados muestran que el negocio es autofinanciado (FCF julio 2023 a junio 2024 EUR 52m)

4. El Grupo continuado ha seguido aumentando su venta, impulsado por el crecimiento de España

Grupo – GSUB

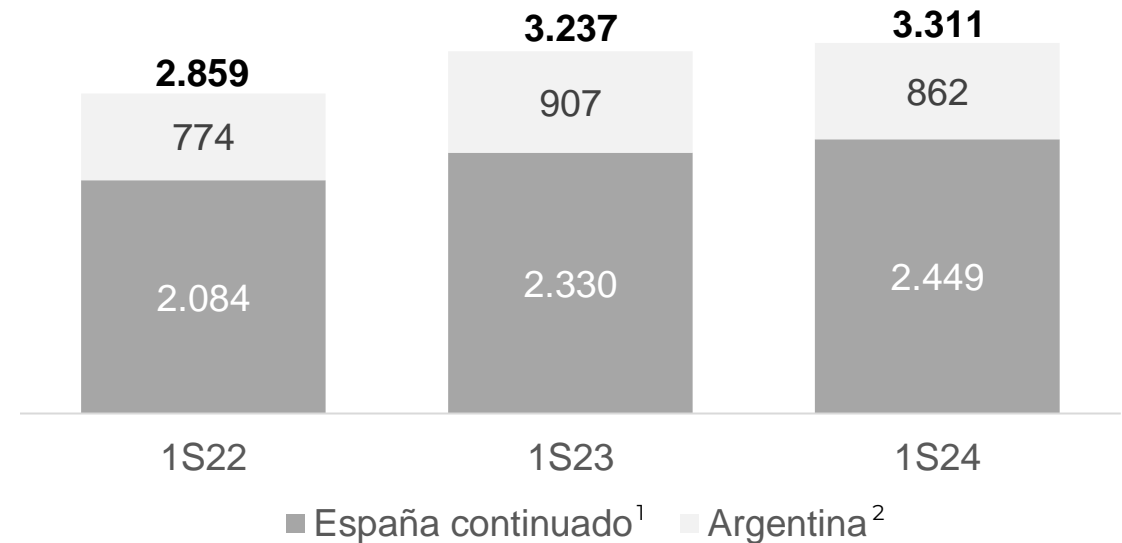
- La GSUB de Grupo continuado se incrementó EUR 73,4 millones vs. 1S23, gracias al desempeño de España, compensando la caída del consumo y la devaluación del peso argentino.
- La GSUB de Grupo total cayó EUR 488,8 millones por la venta de tiendas de gran formato en España, la venta de Clarel, Portugal y Brasil.

(en millones de euros)	1S22	1S23	1S24	24 vs. 23
España continuado ¹	2.084,4	2.330,1	2.448,9	118,8
Argentina ²	774,3	907,2	861,8	(45,5)
Total Grupo continuado	2.858,7	3.237,3	3.310,7	73,4

España discontinuado	417,0	343,5	79,3	(264,3)
Portugal	386,9	401,9	250,9	(151,0)
Brasil	479,9	454,6	307,7	(146,9)
Total Grupo	4.142,5	4.437,4	3.948,6	(488,8)

GSUB Grupo continuado

En millones de Euros



(1) No incluye: tiendas de gran formato vendidas a Alcampo ni Clarel.

(2) El dato de GSUB de Argentina de 2022 aquí expresado es el reportado en los estados contables semestrales de 2022. El dato de 2022 re expresado (como se muestra en el Avance de Ventas del 1S 2023, publicado el 3 de agosto de 2023) es de 1.616 millones de euros. Se utiliza el dato de los estados contables semestrales de 2022 para claridad de la evolución.

4. Además, se ha mejorado el EBITDA Ajustado y la rentabilidad del Grupo, confirmado la consolidación de las mejoras implementadas

Grupo – EBITDA Ajustado y márgenes

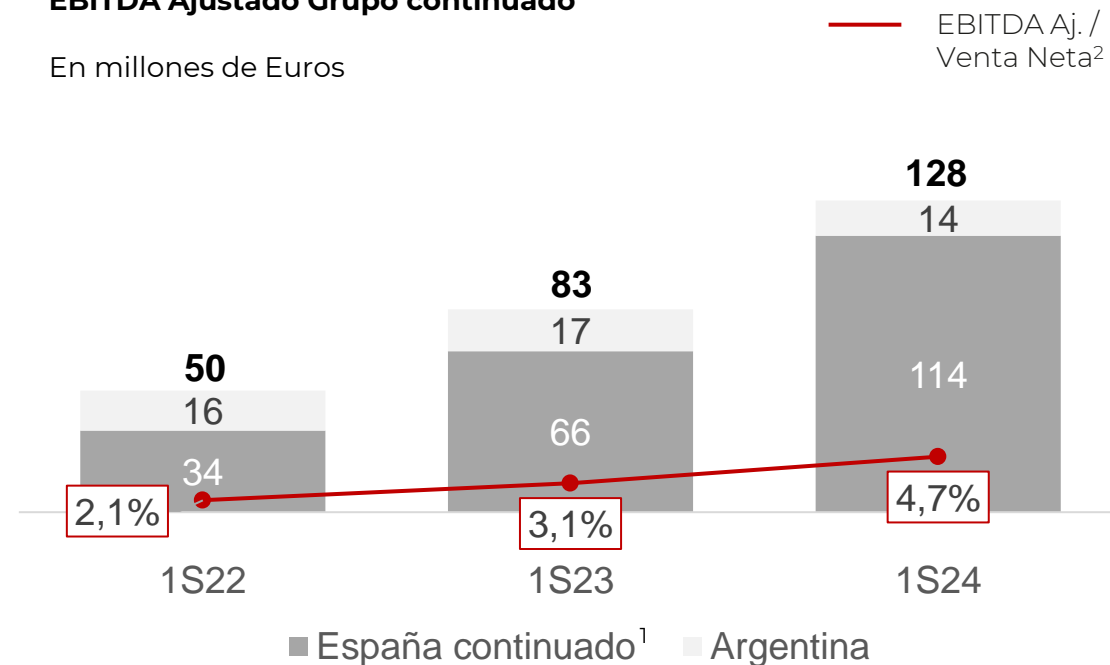
- El EBITDA Aj. de Grupo continuado creció EUR 44,8 millones vs. 1S23 (+54%) con una expansión de márgenes de 1,6pp.
- El EBITDA Aj. de Grupo total avanzó EUR 15,7 millones vs. 1S23, expandiendo márgenes en 0,7pp compensando la caída de Brasil.

(en millones de euros)	1S22	1S23	1S24	24 vs. 23
España continuado ¹	33,6	66,2	113,7	47,5
<i>Margen EBITDA Aj.</i>	1,9%	3,4%	5,5%	2,1pp
Argentina	16,4	17,2	14,5	(2,7)
<i>Margen EBITDA Aj.²</i>	2,7%	2,4%	2,1%	(0,3pp)
Total Grupo continuado	50,0	83,4	128,2	44,8
<i>Margen EBITDA Aj.²</i>	2,1%	3,1%	4,7%	1,6pp

España discontinuado	10,9	(1,6)	0,4	2,0
Portugal	1,0	4,4	0,1	(4,2)
Brasil	(11,2)	(21,8)	(48,7)	(26,9)
Total Grupo	50,7	64,3	80,0	15,7
<i>Margen EBITDA Aj.²</i>	1,5%	1,8%	2,5%	0,7pp

EBITDA Ajustado Grupo continuado

En millones de Euros



(1) No incluye: tiendas de gran formato vendidas a Alcampo ni Clarel.

(2) La Venta Neta utilizada para calcular los márgenes excluye el efecto de IAS29, equivalente a un efecto positivo en 1S24 de EUR 83 millones. En 1S23 se publicaron EUR 701 millones de Venta Neta que incluían un efecto negativo de EUR 17 millones por IAS29. En 1S22 se publicaron EUR 652 millones de Venta Neta que incluían un efecto positivo de EUR 39 millones por IAS29.

4. España consigue €25M de beneficio en el 1S24, mejorando en €59M vs '23 y en €79M vs '22. La venta de Brasil supone un impacto contable de -€107M.

Grupo – Resultado Neto

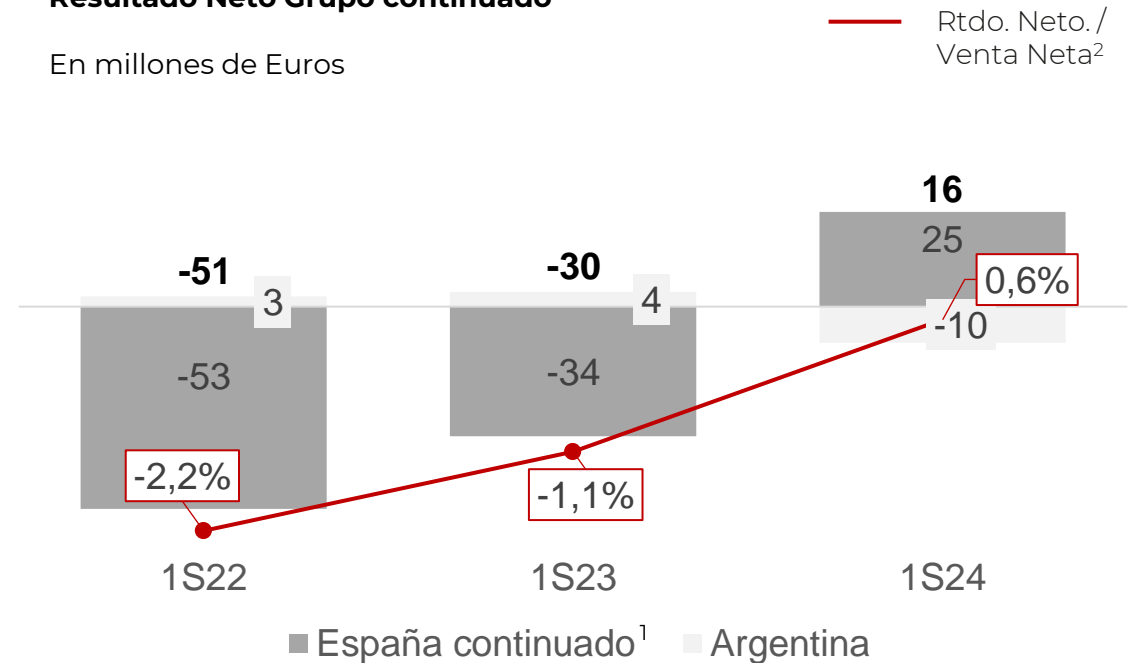
- Grupo continuado alcanza un Resultado Neto de EUR 15,6 millones, mejorando en EUR c. 46 millones frente a 1S23, impulsado por la mejora de España.
- Grupo total aún permanece en terreno negativo (EUR -93,5 millones) explicado por Brasil.

(en millones de euros)	1S22	1S23	1S24	24 vs. 23
España continuado ¹	(53,4)	(34,3)	25,1	59,4
<i>Margen R. Neto</i>	-3,1%	-1,8%	1,2%	3,0pp
Argentina	2,7	3,9	(9,6)	(13,4)
<i>Margen R. Neto</i>	0,4%	0,5%	-1,4%	(1,9pp)
Total Grupo continuado	(50,7)	(30,4)	15,6	46,0
<i>Margen R. Neto</i>	-2,2%	-1,1%	0,6%	1,7pp

España discontinuado	(1,4)	40,6	(0,2)	(40,8)
Portugal	(15,1)	(8,3)	(2,0)	6,3
Brasil	(37,5)	(69,0)	(106,8)	(37,8)
Total Grupo	(104,7)	(67,2)	(93,5)	(26,3)
<i>Margen R. Neto</i>	-3,1%	-1,9%	-2,9%	(1,0pp)

Resultado Neto Grupo continuado

En millones de Euros



(1) No incluye: tiendas de gran formato vendidas a Alcampo ni Clarel.

4. El Grupo consigue una generación de caja positiva de €68M (€88M sin el impacto de las actividades discontinuadas)

Grupo – Generación de caja^{1,2}

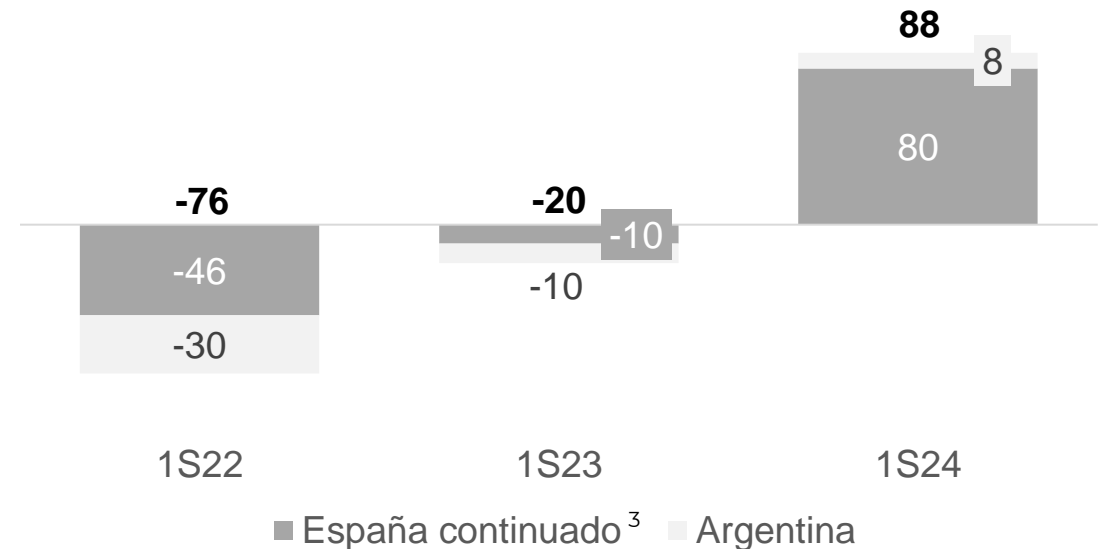
- La generación de caja del Grupo continuado ha sido positiva en 1S24, con 88 millones de euros liderado por España, gracias a la mejora de la venta y a la disminución del Capex, que se ha reducido considerablemente después de dos años invirtiendo en la transformación de la red.

(en millones de euros)	1S22	1S23	1S24	24 vs. 23
España continuado	(46,3)	(9,7)	79,7	89,4
Argentina	(29,7)	(9,8)	8,1	17,9
Total Grupo continuado	(75,9)	(19,6)	87,8	107,3

España discontinuado	12,5	(40,3)	5,0	45,3
Portugal	(5,7)	6,0	(5,6)	(11,6)
Brasil	(10,1)	(32,1)	(19,1)	13,0
Total Grupo	(79,3)	(86,0)	68,0	154,0

Generación de caja Grupo continuado

En millones de Euros



(1) La generación de caja se compone de los flujos de efectivo de las actividades de explotación FFO (incluyendo el efectivo neto de la operación y cambios en otras cuentas a cobrar y pagar menos las variaciones en el capital circulante) y de la inversión en activos fijos (Capex). No se incluyen flujos de efectivo de actividades de financiación ni enajenación de activos fijos.

(2) El FCF de 1S23 excluye el FCF de Clarel y el impacto de las tiendas vendidas a Alcampo, tanto el EBITDA Aj. como el capital circulante (estimado en EUR 49m en 1S23 sobre un total de EUR 58m).

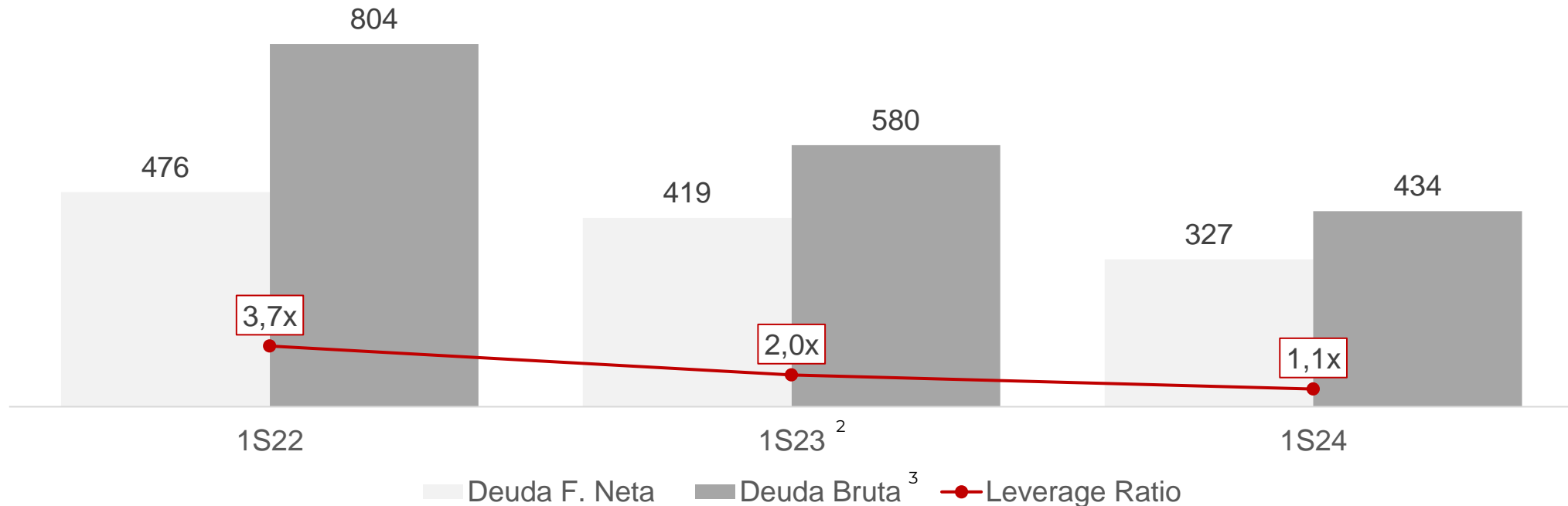
(3) No incluye: tiendas de gran formato vendidas a Alcampo ni Clarel.

4. La mejora de los resultados financieros del Grupo así como la venta de activos han permitido el desapalancamiento y la reducción de la deuda

La generación de caja de España ha permitido financiar la venta de Brasil, mientras que la venta de los negocios de Portugal y Clarel han contribuido al desapalancamiento del Grupo que reduce su deuda neta en EUR 92 millones y alcanza un LR¹ de 1,1x.

Grupo – Deuda Bruta, Deuda Neta y Leverage Ratio¹

En millones de Euros



(1) Leverage Ratio (LR) se define como Deuda Neta sobre EBITDA Ajustado acumulado de los últimos 12 meses. El dato de EBITDA Ajustado es del Grupo continuado (España sin Clarel ni tiendas de gran formato + Argentina).

(2) La Deuda Neta del 1S23 excluye EUR 7 millones de las operaciones discontinuadas.

(3) La Deuda Bruta no incluye el efecto IFRS 16.

05.

Ejecución del
plan estratégico
de sostenibilidad



*Cada día
más cerca*



5. Durante el 1S24 se han hecho avances relevantes dentro del Plan Estratégico de Sostenibilidad 2024-25 – “Cada día cuenta”

Durante 1S24 se ha continuado con la ejecución de los objetivos en materia de Sostenibilidad, en línea con la hoja de ruta estratégica elaborada para el período 2024-25. El nuevo plan contempla cuatro ejes de trabajo e identifica dos de ellos como prioridades que aportan diferenciación y liderazgo a la compañía.



PALANCA TRANSVERSAL: GOBERNANZA DE LA SOSTENIBILIDAD

Prioridades 2024+



1. Continuar con el crecimiento orgánico en España

- Potenciar la fidelización a través del Club Dia
- Incrementar frecuencia y cesta media gracias a un gran surtido de productos frescos locales y un equilibrio entre marca de fabricante y productos Dia de la máxima calidad
- Ampliar la cobertura y los servicios del e-Commerce
- Implementar mejoras operativas para mejorar la rentabilidad (logística, IT y Sedes)
- Preparar la expansión (aperturas netas) a partir de 2025



2. Seguir ganando cuota de mercado en Argentina

- Aprovechar la fortaleza del negocio local basada en la proximidad para navegar el contexto macroeconómico actual, defender la rentabilidad y ganar cuota de mercado



3. Consolidar la mejora de los resultados financieros del negocio

- Mejorar aún más la rentabilidad e incrementar la generación de caja



4. Implementar el plan de sostenibilidad 2024-25 “Cada día cuenta”



5. Reforzar la estructura de capital a través de la refinanciación de la deuda

Q&A



*Cada día
más cerca*



Contactos

Relación con Inversores

investor.relations@diagroup.com

Medios de Comunicación

comunicacion@diagroup.com



Detalles de acceso a la Presentación de Resultados:

Fecha: 30 de julio de 2024, a las 10:00 a.m. CET

[Link al webcast](#)

Anexos



*Cada día
más cerca*

Ventas Brutas, Netas y Like-for-Like

- Las ventas brutas de Grupo continuado totalizaron 3.310,7 M€ en 1S24 (+2,3% vs. 1S23), explicado por el buen desempeño de España parcialmente compensado por la caída de consumo y el impacto de tipo de cambio en Argentina.
- Las ventas comparables del Grupo continuado se redujeron un 5,0% en el 1S24, a pesar del crecimiento de España, explicado por la caída de consumo en Argentina.
- En España, las ventas brutas bajo enseña avanzaron un 5,1%, hasta los 2.448,9 M€, con un crecimiento en ventas comparables del 5,1% que se traduce en ganancia de cuota de mercado a superficie comparable y dos años consecutivos de crecimiento.
- En Argentina, las ventas brutas se redujeron en 5,0% como consecuencia de la caída de consumo y la negativa evolución del tipo de cambio, hasta los 861,8 M€, junto con un decrecimiento de las ventas like-for-like del 11,3% (medido en número de unidades).

(en millones de euros)	Ventas Brutas Bajo Enseña ¹				Ventas Netas ²		
	1H24	Like-for-Like ³	Variación total		1H24	Variación total	
			A tipo de cambio corriente	A tipo de cambio constante		A tipo de cambio corriente	A tipo de cambio constante
España continuado ⁴	2.448,9	5,1%	5,1%	5,1%	2.049,6	5,2%	5,2%
Argentina pre-IAS29	861,8	(11,3%)	(5,0%)	285,2%	683,8	(4,8%)	285,1%
Total Grupo continuado⁴	3.310,7	(5,0%)	2,3%	83,6%	2.733,4	2,5%	80,6%
España discontinuado ⁵	79,3	N/A	(76,9%)	(76,9%)	62,8	(78,6%)	(78,6%)
Portugal	250,9	(2,4%)	(37,6%)	(37,6%)	184,0	(37,5%)	(37,5%)
Brasil	307,7	(15,1%)	(32,3%)	(32,8%)	242,6	(33,6%)	(34,1%)
Total Grupo pre-IAS29	3.948,6	(5,4%)	(11,0%)	48,3%	3.222,8	(11,0%)	46,5%
IAS29					83,1	-	-
Total Grupo post-IAS29					3.305,9	(8,2%)	47,2%

- Ventas Brutas Bajo Enseña tal y como se definen en el Informe de Gestión Consolidado del 1S24. 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.
- 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.
- 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).
- Excluye la venta de tiendas que se refiere a la transferencia de tiendas a Alcampo en España, la venta del negocio de Clarel y la venta del negocio de Dia Portugal y Dia Brasil.
- 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

1 Parque total alcanza las 2.308 tiendas luego de una reducción neta de 10 tiendas.

2 Mix de franquicias alcanza el 64% de la red (+0,9pp vs 2023)

España continuado¹



Evolución tiendas	Propias	Franquicias	Total
Total tiendas a 31-12-2023	836	1.482	2.318
Nuevas aperturas	1	3	4
Transferencias netas de tiendas prop. a franqu.	(16)	16	-
Cierres	(9)	(5)	(14)
Total tiendas 30-06-2024	812	1.496	2.308
Nº de tiendas reformadas durante el ejercicio	2	2	4

1 Parque total alcanza las 1.045 tiendas luego de una reducción neta de 3 tiendas.

2 Mix de franquicias alcanza el 76% de la red (+0,4pp vs 2023)

Argentina



Evolución tiendas	Propias	Franquicias	Total
Total tiendas a 31-12-2023	252	796	1.048
Nuevas aperturas	-	3	3
Transferencias netas de tiendas prop. a franqu.	(2)	2	-
Cierres	(3)	(3)	(6)
Total tiendas 30-06-2024	247	798	1.045
Nº de tiendas reformadas durante el ejercicio	-	-	-

(1) No incluye Clarel.

Resumen de Cuenta de Resultados (sin reclasificación por actividades interrumpidas)

Cuenta de resultados (sin reclasificación por actividades interrumpidas)

(En millones de euros)	1S23	1S24	Var. vs. 1S23
% Like-for-Like	5,7%	-5,4%	-11,1pp
Ventas Brutas Bajo Enseña	4.437	3.949	(11,0%)
Ventas Netas	3.602	3.306	(8,2%)
Beneficio Bruto	729	585	(19,8%)
<i>Margen Beneficio Bruto</i>	20,2%	17,7%	-2,6pp
EBITDA Ajustado	64	80	24,3%
<i>Margen EBITDA Ajustado</i>	1,8%	2,4%	0,6pp
EBITDA	99	48	(51,7%)
<i>Margen EBITDA</i>	2,8%	1,5%	-1,3pp
EBIT	(50)	(134)	(165,8%)
Resultado Neto	(67)	(94)	(40,2%)

- 1 El Beneficio Bruto cae 19,8% vs. 1S23 explicado por la caída de ventas netas junto con el aumento de tiendas franquiciadas.
- 2 El Margen de Beneficio Bruto cae 2,6pp explicado por:
 - El aumento de mix de tiendas franquiciadas en España (-0,8pp)
 - El deterioro de Argentina y Brasil (-2,1pp)
 - Compensado parcialmente por el mix de países (+0,3pp)
- 3 El EBITDA Ajustado crece 24,3% explicado por:
 - El buen desempeño tanto comercial como operativo de España (EBITDA Aj. +72% vs 1S24 con expansión de márgenes de 2,1pp)
 - El manejo eficiente de coste en Argentina que logró reducir el impacto de la caída de venta en EBITDA Ajustado y margen.

Cuenta de Resultados

(sin reclasificación por actividades interrumpidas)

Cuenta de resultados sin reclasificación por actividades interrumpidas

(En millones de euros)

	1S23	% Venta Neta	1S24	% Venta Neta	Var. vs. 1S23
Ventas brutas bajo enseña¹	4.437		3.949		(11,0%)
Crecimiento de ventas comparables %	5,7%		-5,4%		
Ventas netas²	3.602	100,0%	3.306	100,0%	(8,2%)
Coste de ventas y otros ingresos	(2.873)	(79,8%)	(2.721)	(82,3%)	5,3%
Beneficio bruto	729	20,2%	585	17,7%	(19,8%)
Gastos de personal	(332)	(9,2%)	(270)	(8,2%)	18,5%
Otros gastos de explotación y arrendamientos	(246)	(6,8%)	(218)	(6,6%)	11,4%
Costes de reestructuración y LTIP	(52)	(1,4%)	(48)	(1,4%)	7,1%
EBITDA	99	2,8%	48	1,5%	(51,7%)
Amortizaciones	(189)	(5,2%)	(156)	(4,7%)	17,2%
Deterioro de activos no corrientes	(31)	(0,8%)	1	0,0%	102,7%
Resultados por bajas de activos no corrientes	69	1,9%	(26)	(0,8%)	(138,1%)
EBIT	(50)	(1,4%)	(134)	(4,0%)	(165,8%)
Resultado financiero neto	25	0,7%	43	1,3%	71,1%
Pérdidas antes de impuestos de actividades continuadas	(25)	(0,7%)	(91)	(2,8%)	(258,3%)
Impuesto sobre beneficios	(41)	(1,2%)	(3)	(0,1%)	93,6%
Pérdidas después de impuestos de actividades continuadas	(67)	(1,9%)	(94)	(2,8%)	(40,2%)
Operaciones discontinuadas	-	-	-	-	N/A
Resultado Neto Atribuible	(67)	(1,9%)	(94)	(2,8%)	(40,2%)

(1) El dato de GSUB de 1S23 no incluye el negocio de Clarel, de Portugal, de Brasil y las tiendas vendidas a Alcampo. Además, se ha re expresado para Argentina. Por lo tanto, no coincide con el reportado en los estados contables semestrales de 2023.

(2) El dato de venta neta incluye el impacto de IAS29.

Cuenta de Resultados por país (1S24) (sin reclasificación por actividades interrumpidas)

Cuenta de resultados sin reclasificación por actividades interrumpidas

(En millones de euros)

	España s/ Clarel ^{1, 2}	Clarel ¹	Portugal	Argentina	Brasil	Total Grupo
Ventas brutas bajo enseña	2.449	79	251	862	308	3.949
Crecimiento de ventas comparables %	5,1%	0,0%	-2,4%	-11,3%	-15,1%	-5,4%
Ventas netas	2.050	63	184	767	243	3.306
Coste de ventas y otros ingresos	(1.591)	(40)	(147)	(724)	(217)	(2.721)
Beneficio bruto	458	23	37	43	25	585
Gastos de personal	(165)	(15)	(17)	(44)	(30)	(270)
Otros gastos de explotación y arrendamientos	(99)	(5)	(12)	(60)	(44)	(218)
Costes de reestructuración y LTIP	(10)	-	(0)	(1)	(37)	(48)
EBITDA	185	3	8	(62)	(86)	48
Amortizaciones	(120)	(3)	(6)	(27)	-	(156)
Deterioro de activos no corrientes	0	(0)	-	(1)	2	1
Resultados por bajas de activos no corrientes	(3)	(0)	(0)	(5)	(18)	(26)
EBIT	62	0	2	(95)	(102)	(134)
Resultado financiero neto	(35)	(0)	(3)	86	(4)	43
Pérdidas antes de impuestos de actividades continuadas	27	(0)	(1)	(9)	(107)	(91)
Impuesto sobre beneficios	(2)	-	(1)	(0)	(0)	(3)
Pérdidas después de impuestos de actividades continuadas	25	(0)	(2)	(10)	(107)	(94)
Operaciones discontinuadas	-	-	-	-	-	-
Resultado Neto Atribuible	25	(0)	(2)	(10)	(107)	(94)

Resumen de Cuenta de Resultados (con reclasificación por actividades interrumpidas)

Cuenta de resultados continuada¹ (con reclasificación por actividades interrumpidas)

(En millones de euros)	1S23	1S24	Var. vs. 1S23
% Like-for-Like	7,2%	-5,0%	-12,2pp
Ventas Brutas Bajo Enseña	3.237	3.311	2,3%
Ventas Netas	2.650	2.816	6,3%
Beneficio Bruto	504	501	(0,6%) ¹
<i>Margen Beneficio Bruto</i>	<i>19,0%</i>	<i>17,8%</i>	<i>-1,2pp</i> ²
EBITDA Ajustado	80	128	61,1% ³
<i>Margen EBITDA Ajustado</i>	<i>3,0%</i>	<i>4,6%</i>	<i>1,5pp</i>
EBITDA	103	122	18,4%
<i>Margen EBITDA</i>	<i>3,9%</i>	<i>4,3%</i>	<i>0,4pp</i>
EBIT	(46)	(34)	26,9%
Resultado Neto	(67)	(94)	(39,0%)

- 1 El Beneficio Bruto cae 0,6% vs. 1S23 explicado por la caída de ventas netas en Argentina.
- 2 El Margen de Beneficio Bruto cae 1,2pp explicado por:
 - El deterioro de Argentina (-1,9pp)
 - Compensado parcialmente por España (+0,8pp)
- 3 El EBITDA Ajustado crece 60,2% explicado por:
 - El buen desempeño tanto comercial como operativo de España (EBITDA Aj. +72% vs 1S23 con expansión de márgenes de 2,1pp)
 - El manejo eficiente de coste en Argentina que logró reducir el impacto de la caída de venta en EBITDA Ajustado y margen.

(1) Excluyendo: la venta de las 223 tiendas del acuerdo de venta de activos alcanzado con Alcampo en España, la venta de Clarel, la venta de Portugal y la venta de Brasil.

Cuenta de Resultados (con reclasificación por actividades interrumpidas)

Cuenta de resultados con reclasificación por actividades interrumpidas

(en millones de euros)

	1S23	% Venta Neta	1S24	% Venta Neta	Var. vs. 2022
Ventas brutas bajo enseña¹	3.237		3.311		2,3%
Crecimiento de ventas comparables %	7,2%		-5,0%		
Ventas netas²	2.650	100,0%	2.816	100,0%	6,3%
Coste de ventas y otros ingresos	(2.145)	(81,0%)	(2.315)	(82,2%)	(7,9%)
Beneficio bruto	504	19,0%	501	17,8%	(0,6%)
Gastos de personal	(214)	(8,1%)	(209)	(7,4%)	2,4%
Otros gastos de explotación y arrendamientos	(169)	(6,4%)	(160)	(5,7%)	5,5%
Costes de reestructuración y LTIP	(18)	(0,7%)	(11)	(0,4%)	42,0%
EBITDA	103	3,9%	122	4,3%	18,4%
Amortizaciones	(138)	(5,2%)	(148)	(5,2%)	(7,0%)
Deterioro de activos no corrientes	1	0,0%	(1)	(0,0%)	(142,4%)
Resultados por bajas de activos no corrientes	(13)	(0,5%)	(8)	(0,3%)	37,4%
EBIT	(46)	(1,7%)	(34)	(1,2%)	26,9%
Resultado financiero neto	43	1,6%	51	1,8%	19,7%
Pérdidas antes de impuestos de actividades continuadas	(3)	(0,1%)	17	0,6%	602,8%
Impuesto sobre beneficios	(27)	(1,0%)	(2)	(0,1%)	93,5%
Pérdidas después de impuestos de actividades continuadas	(30)	(1,2%)	16	0,6%	151,1%
Operaciones discontinuadas ³	(37)	(1,4%)	(109)	(3,9%)	(196,5%)
Resultado Neto Atribuible	(67)	(2,5%)	(94)	(3,3%)	(39,0%)

(1) El dato de GSUB de 1S23 no incluye el negocio de Clarel, de Portugal, de Brasil y las tiendas vendidas a Alcampo. Además, se ha re expresado para Argentina. Por lo tanto, no coincide con el reportado en los estados contables semestrales de 2023.

(2) El dato de venta neta incluye el impacto de IAS29.

(3) El impacto de operaciones discontinuadas del 1S23 contiene EUR 40m de los negocios de Clarel y las tiendas vendidas a Alcampo en España, EUR -8m de Portugal y EUR -69m de Brasil.

Cuenta de Resultados por país (1S24) (con reclasificación por actividades interrumpidas)

Cuenta de resultados con reclasificación por actividades interrumpidas

(En millones de euros)

	España s/ Clarel ¹	Clarel ¹	Portugal	Argentina	Brasil	Total Grupo
Ventas brutas bajo enseña	2.449	-	-	862	-	3.311
Crecimiento de ventas comparables %	5,1%			-11,3%		-5,0%
Ventas netas	2.050	-	-	767	-	2.816
Coste de ventas y otros ingresos	(1.591)	-	-	(724)	-	(2.315)
Beneficio bruto	458	-	-	43	-	501
Gastos de personal	(165)	-	-	(44)	-	(209)
Otros gastos de explotación y arrendamientos	(99)	-	-	(60)	-	(161)
Costes de reestructuración y LTIP	(10)	-	-	(1)	-	(11)
EBITDA	185	-	-	(62)	-	122
Amortizaciones	(120)	-	-	(27)	-	(148)
Deterioro de activos no corrientes	0	-	-	(1)	-	(1)
Resultados por bajas de activos no corrientes	(3)	-	-	(5)	-	(7)
EBIT	62	-	-	(95)	-	(34)
Resultado financiero neto	(35)	-	-	86	-	51
Pérdidas antes de impuestos de actividades continuadas	27	-	-	(9)	-	17
Impuesto sobre beneficios	(2)	-	-	(0)	-	(2)
Pérdidas después de impuestos de actividades continuadas	25	-	-	(10)	-	16
Operaciones discontinuadas	-	(0)	(2)	-	(107)	(109)
Resultado Neto Atribuible	25	(0)	(2)	(10)	(107)	(94)

Conciliación de EBITDA Ajustado a Resultados del periodo (1S24) (sin reclasificación por actividades interrumpidas)

- 1 Resultado neto del período -94 M€ explicado por las pérdidas de Brasil, que ascienden a 107 M€, compensadas parcialmente por España.
- 2 España s/ Clarel logra un resultado neto positivo de 25 M€.
- 3 Argentina cierra el 1S24 con un resultado neto de -10 M€ explicado por la difícil situación macroeconómica que derivó en la caída del consumo.

(en millones de euros)	España s/ Clarel ¹	Clarel	Portugal	Argentina	Brasil	Total Grupo
EBITDA Ajustado	114	0	0	14	(49)	80
Efecto IAS 29 normativa hiperinflacionaria	0	0	0	(90)	0	(90)
Efecto IFRS16 en alquileres	80	3	8	14	0	105
Gastos relacionados con el traspaso de tiendas propias a franquicias	0	0	0	0	0	0
Gastos relacionados con el cierre de tiendas y almacenes	1	0	0	0	0	1
Gastos relacionados con procesos de eficiencia	(7)	0	(0)	(0)	(22)	(30)
Otros proyectos especiales	0	0	0	0	0	0
Otros Gastos	(1)	0	0	0	(16)	(16)
Gastos relacionados con planes de incentivos a largo plazo	(2)	0	0	(1)	1	(2)
Costes de reestructuración	(10)	0	(0)	(1)	(37)	(48)
EBITDA	185	4	8	(62)	(86)	48
Resultados por bajas de activos no corrientes	(3)	(0)	(0)	(5)	(18)	(26)
Deterioro de activos no corrientes	0	(0)	0	(1)	2	1
Amortizaciones	(120)	(3)	(6)	(27)	0	(156)
EBIT	61	0	2	(95)	(103)	(134)
Beneficio/pérdida de soc. por el metodo de participación	0	0	0	0	0	0
Resultados derivados de la posición monetaria	0	0	0	102	0	102
Beneficio/pérdida de las actividades interrumpidas	0	0	0	0	0	0
Impuesto sobre beneficios	(2)	0	(1)	(0)	(0)	(2)
Resultado financiero neto	(35)	(0)	(3)	(17)	(4)	(59)
Resultado del periodo	25	(0)	(2)	(10)	(107)	(94)

(1) En los estados contables semestrales España incluye Clarel.

Conciliación de EBITDA Ajustado a Resultados del periodo (1S24) (con reclasificación por actividades interrumpidas)

- 1 Resultado neto del período -94 M€ explicado por las pérdidas de Brasil, que ascienden a 107 M€, compensadas parcialmente por España.
- 2 España s/ Clarel logra un resultado neto positivo de 25 M€.
- 3 Argentina cierra el 1S24 con un resultado neto de -10 M€ explicado por la difícil situación macroeconómica que derivó en la caída del consumo.

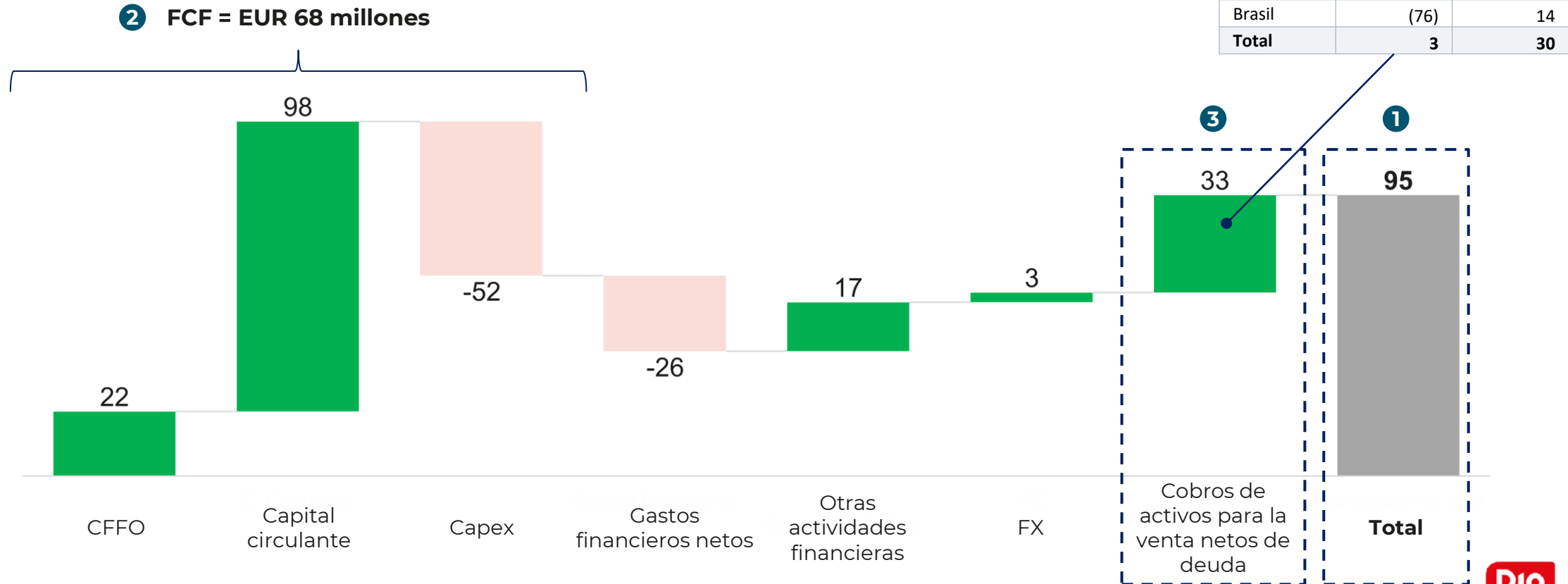
(en millones de euros)	España s/ Clarel ¹	Clarel	Portugal	Argentina	Brasil	Total Grupo
EBITDA Ajustado	114	0	0	14	0	128
Efecto IAS 29 normativa hiperinflacionaria	0	0	0	(90)	0	(90)
Efecto IFRS16 en alquileres	80	0	0	14	0	95
Gastos relacionados con el traspaso de tiendas propias a franquicias	0	0	0	0	0	0
Gastos relacionados con el cierre de tiendas y almacenes	1	0	0	0	0	1
Gastos relacionados con procesos de eficiencia	(7)	0	0	(0)	0	(8)
Otros proyectos especiales	0	0	0	0	0	0
Otros Gastos	(1)	0	0	0	0	(1)
Gastos relacionados con planes de incentivos a largo plazo	(2)	0	0	(1)	0	(3)
Costes de reestructuración	(10)	0	0	(1)	0	(11)
EBITDA	185	0	0	(62)	0	122
Resultados por bajas de activos no corrientes	(3)	0	0	(5)	0	(8)
Deterioro de activos no corrientes	0	0	0	(1)	0	(1)
Amortizaciones	(120)	0	0	(27)	0	(148)
EBIT	61	0	0	(95)	0	(34)
Beneficio/pérdida de soc. por el metodo de participación	0	0	0	0	0	0
Resultados derivados de la posición monetaria	0	0	0	102	0	102
Beneficio/pérdida de las actividades interrumpidas	0	(0)	(2)	0	(107)	(109)
Impuesto sobre beneficios	(2)	0	0	(0)	0	(2)
Resultado financiero neto	(35)	0	0	(17)	0	(51)
Resultado del periodo	25	(0)	(2)	(10)	(107)	(94)

(1) En los estados contables semestrales España incluye Clarel.

Detalle de los flujos de caja (1S24)

- 1 Durante el 1S24 se logró un fuerte desapalancamiento del Grupo a través de un flujo de caja total de EUR +95 millones en el semestre.
- 2 El Grupo ha conseguido una generación de caja¹ positiva (FCF) de EUR 68 millones en la operación, impulsada por el FFO generado en España.
- 3 Las ganancias de la venta de negocios, enfocadas en la simplificación de portfolio, contribuyeron al desapalancamiento del Grupo.

Flujos de caja del 1S24
En millones de euros



Gestión del capital y financiación (I)

Conciliación de la Deuda Financiera Neta

Conciliación de deuda neta

(en millones de euros)

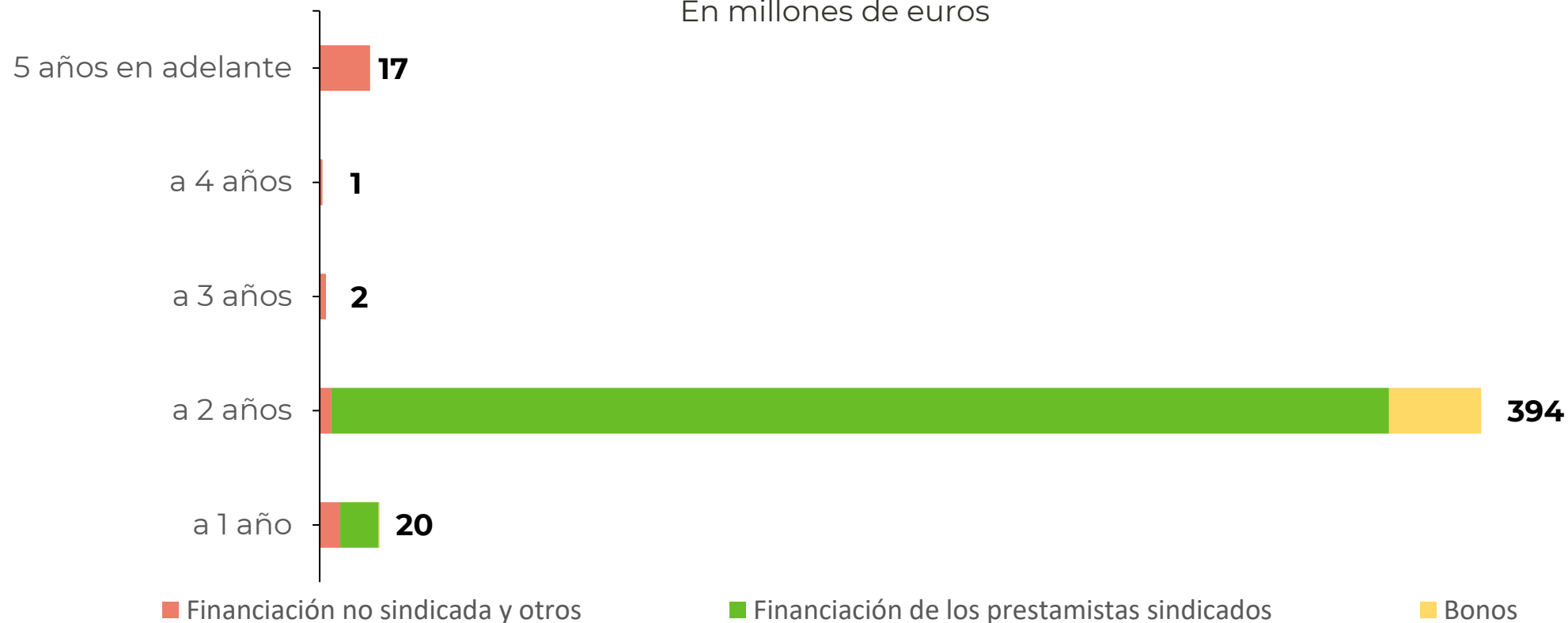
	1S23	Diciembre 2023	1S24	1S24 vs. 1S23	1S24 vs. Dic-23
Deuda financiera no corriente	486	459	407	-79	-52
Pasivos por arrendamiento no corriente	318	347	289	-29	-58
Deuda financiera corriente	78	117	16	-63	-101
Pasivos por arrendamiento corriente	151	167	145	-5	-22
Efectivo y equivalentes al efectivo	-157	(165)	-107	50	59
Derivados de cobertura de tipos de interés	-5	(3)	-1	4	2
Total deuda neta	871	922	750	-121	-172
Efecto de arrendamientos (pasivos financieros) (NIIF 16)	-452	(500)	-423	29	77
Deuda Financiera Neta	419	422	327	-92	-95

Gestión del capital y financiación (II)

Perfil de vencimientos de deuda bruta

Perfil de vencimientos de deuda bruta dispuesta a 30/06/24 (excl. NIIF16)¹

En millones de euros



(1) Con reclasificación por actividades interrumpidas.

Conciliación de FCF entre la visión detallada en este documento y la visión presentada en los estados contables semestrales

	EFE de Estados Contables 1S24	Pagos por arrendamientos	Diferencias conversión (incluye NIC 29)	Negocios vendidos total	Ingresos y gastos financieros	SUBTOTAL	Variación de Deuda financiera	1S24 Gráfico flujo caja
Flujos de efectivo netos de las actividades de explotación (CFFO+Capital circulante)	219	(98)	3	(25)	21	120	-	120
Capex	(50)	1	-	(3)	-	(52)	-	(52)
Cobros (Pagos) por ventas de operaciones interrumpidas	(25)	-	-	-	-	(25)	58	33
Cobros (Pagos) por inversiones en instrumentos financieros	(20)	-	-	15	5	-	-	-
Cobros (Pagos) procedentes de otros activos financieros	10	-	-	10	(3)	17	-	17
Intereses cobrados	16	-	-	-	(16)	-	-	-
Interrumpidas	17	-	-	(17)	-	-	-	-
Flujos de efectivo netos de las actividades de inversión	(52)	1	-	5	(14)	(60)	58	(2)
Gastos financieros netos	(34)	(1)	(3)	(5)	17	(26)	-	(26)
Pagos por arrendamientos	(98)	98	-	-	-	-	-	-
Importes (Reembolsados) de deuda financiera	(98)	-	-	-	-	(98)	98	-
Importes procedentes de deuda financiera	4	-	-	-	-	4	(4)	-
Cobros (Pagos) procedentes de otros pasivos financieros	16	-	-	8	(24)	-	-	-
Flujos de financiación de actividades interrumpidas	(10)	-	-	10	-	-	-	-
Flujos de efectivo netos de las actividades de financiación	(220)	97	(3)	13	(7)	(120)	94	(26)
Variación efectivo y equivalentes al efectivo	(53)	-	-	(7)	-	(60)	152	92
Efecto de las variaciones en los tipos de cambio en el efectivo y equivalentes	(5)	-	-	8	-	3	-	3
Variación efectivo y equivalentes al efectivo (incluyendo variación en tipo de cambio)	(58)	-	-	1	-	(57)	152	95
Efectivo y equivalentes al efectivo al inicio del periodo	131	-	-	-	-	-	-	-
Efectivo o equivalentes al comienzo de ejercicio de las actividades interrumpidas	34	-	-	-	-	-	-	-
Efectivo y equivalentes al efectivo al final de periodo	107	-	-	-	-	-	-	-

Gestión del capital y financiación (III)

Balance de la situación

Balance de situación con reclasificación por actividades interrumpidas

(en millones de euros)	30/06/2023	30/06/2024	Valor Var.	% Var.
Activo no corriente	1.477	1.508	30	2,0%
Existencias	315	294	(21)	(6,8%)
Deudores comerciales y otras cuentas a cobrar	161	149	(12)	(7,7%)
Otros activos corrientes	133	62	(71)	(53,1%)
Efectivo y equivalentes al efectivo	131	107	(24)	(18,5%)
Activos no corrientes mantenidos para la venta	410	-	(410)	(100,0%)
Total activo	2.627	2.119	(508)	(19,3%)
Patrimonio neto total	(68)	(69)	(1)	(1,9%)
Deuda financiera no corriente	458	407	(50)	(11,0%)
Pasivos por arrendamientos no corriente	285	289	3	1,1%
Deuda financiera corriente	77	16	(62)	(79,7%)
Pasivos por arrendamientos corriente	144	145	2	1,2%
Acreedores comerciales y otras cuentas a pagar	1.091	1.023	(68)	(6,3%)
Provisiones y otros pasivos	338	309	(29)	(8,6%)
Pasivos ligados a activos disponibles para la venta	302	-	(302)	(100,0%)
Total patrimonio neto y pasivo	2.627	2.119	(508)	(19,3%)

Evolución de la superficie

Evolución de la superficie Grupo Dia

en '000m ²	1S23	1S24	Var.
España ¹	1.193	937	(21,5%)
Argentina	276	280	1,4%
Brasil	279	102	(63,5%)
Portugal	186	-	(100,0%)
Total Grupo	1.934	1.318	(31,8%)

(1) Incluyendo Clarel.

Capex¹

(en millones de euros)	1S22	1S23	1S24	1S24 vs. 1S23
España continuado	(115,7)	(83,9)	(38,9)	45,0
Argentina	(40,5)	(42,8)	(10,1)	32,7
Total Grupo continuado	(156,1)	(126,6)	(48,9)	77,7

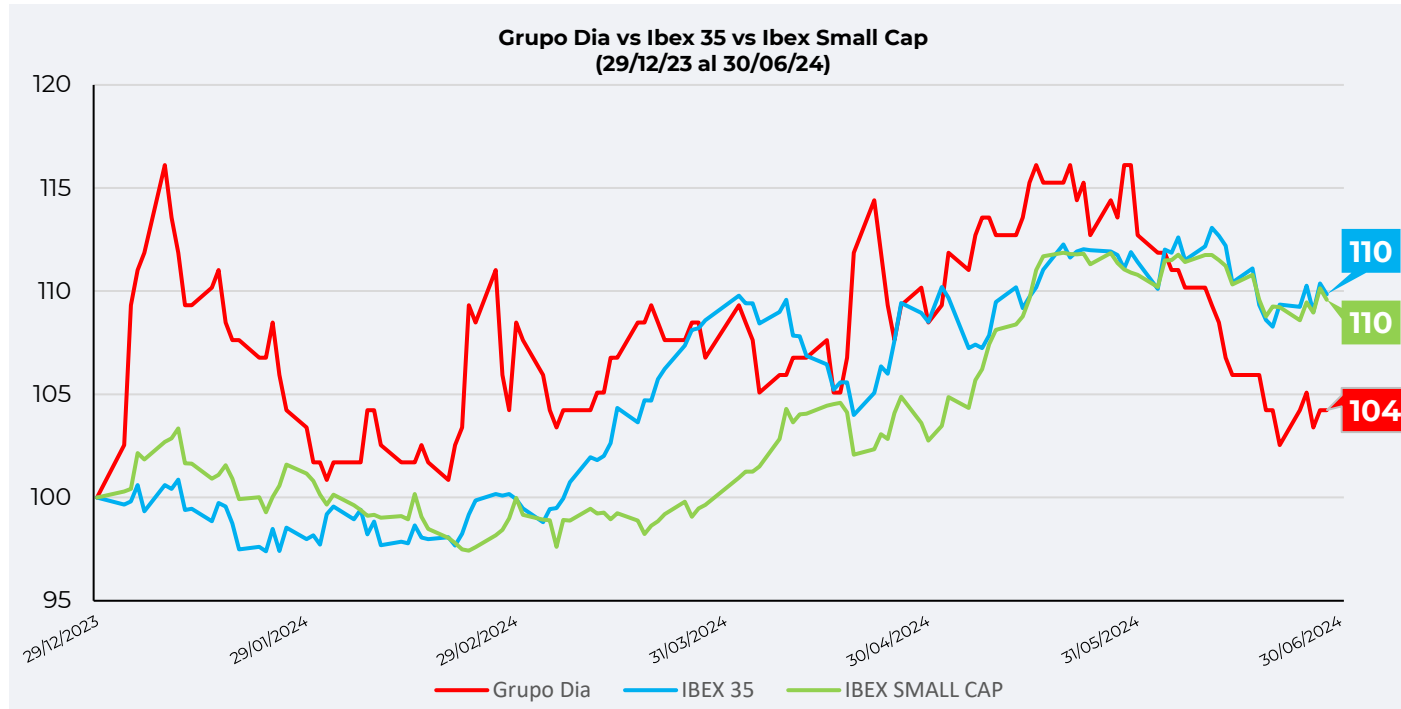
España discontinuado	(1,3)	(2,1)	(0,4)	1,7
Portugal	(6,3)	(2,2)	(1,7)	0,4
Brasil	(4,5)	(8,7)	(1,2)	7,4
Total Grupo	(168,2)	(139,5)	(52,3)	87,2

(1) Incluye los pagos por inversiones en inmovilizado material del año anterior (equivalen a €10m para 1S24).

Grupo Dia en bolsa

Durante el primer semestre de 2024, la acción del Grupo Dia evolucionó favorablemente alcanzando un máximo de 0,0137 euros y cerrando el semestre a un precio de 0,0123 euros. Desde el comienzo del año la cotización aumentó 4,2%, 5,3pp por detrás del crecimiento del Ibex Small Cap (principal índice bursátil de referencia). El desempeño puede atribuirse en parte a la estabilización de factores externos. Aún no se refleja en su totalidad el impacto de la solidez y consistencia de resultados recientes en este comportamiento.

En términos de liquidez, la acción de Dia registró unos volúmenes acumulados en títulos por debajo de los niveles del primer semestre de 2023. La capitalización bursátil alcanzó los 714 millones de euros a 30 de junio, 14,0% por debajo de la capitalización observada un año atrás.



Cotización (euros)	1S23	1S24
Inicio	0,0127	0,0118
Mínimo	0,0130	0,0119
Máximo	0,0185	0,0137
Cierre período	0,0143	0,0123
Medio	0,0149	0,0127

Otros indicadores bursátiles	1S23	1S24
Capitalización bursátil (miles euros)	830.337	714.206
Nº de acciones	58.065.534	58.065.534
Valor nominal de la acción (euros/acción)	0,01	0,01
Vol. contrat. acumulado (acciones)	4.542.744.354	2.133.938.602
Vol. contrat. medio diario (acciones)	35.769.641	16.936.021

Grupo Dia vs Índices	1S23 (1)	1S24 (2)
Grupo Dia	12,6%	4,2%
Ibex 35	16,6%	9,9%
Ibex Small Cap	10,8%	9,6%

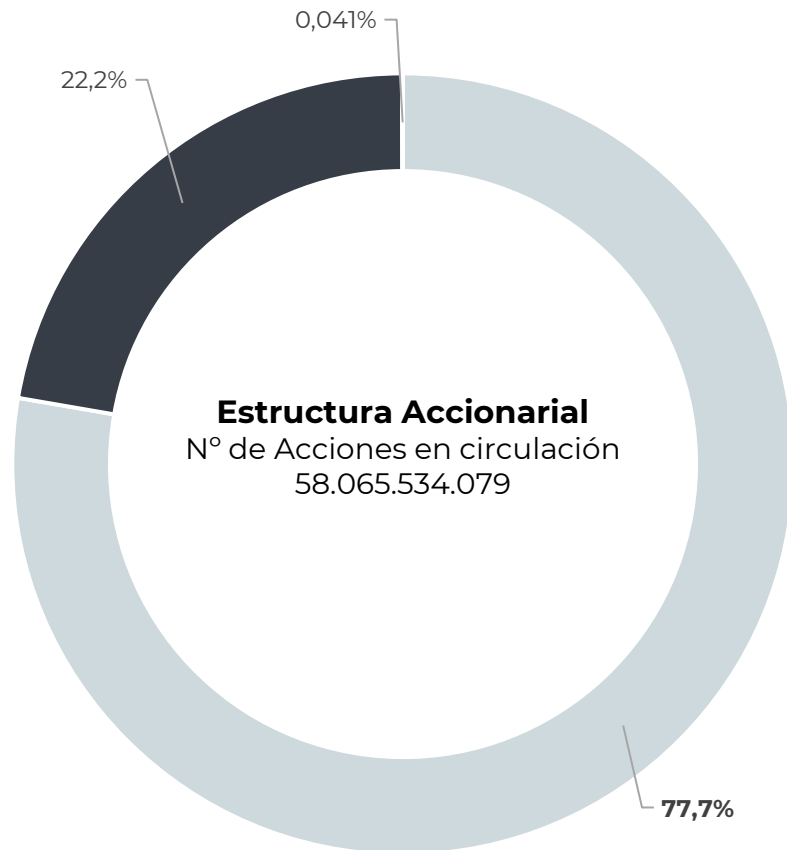
(1) % de variación de cotización cierre en el período desde el 30-12-2022 hasta el 30-06-2023.

(2) % de variación de cotización cierre en el período desde el 29-12-2023 hasta el 30-06-2024.

Variación de tipos de cambio

Variación de Tipos de Cambio	1S23	1S24	% Var.
EURO / Peso Argentino (tipo cierre del período)	280,4168	978,0939	249%
EURO / Real Brasileño (tipo medio del período)	5,48495	5,44633	-0,7%

Estructura accionarial y Consejo de administración



- DEXIA BANQUE INTERNATIONALE LUXEMBOURG
- FREEFLOAT
- AUTOCARTERA

Consejo de Administración

Miembros	Posición
Don Benjamin Babcock	Presidente - Consejero Externo Dominical
Don Alberto Gavazzi	Vocal - Consejero Externo Dominical
Don Sergio Antonio Ferreira Dias	Vocal - Otro consejero externo
Doña Gloria Hernández García	Vocal - Consejera independiente
Don Marcelo Maia Tavares de Araújo	Vocal - Otro consejero externo
Don José Wahnnon Levy	Vocal - Consejero independiente
Don Vicente Trius Oliva	Vocal - Consejero independiente
Doña Luisa Desplazes de Andrade Delgado	Vocal - Consejera independiente

Glosario

- **Beneficio Bruto:** Beneficio resultante principalmente de las Ventas Netas y Otros Ingresos menos, (i) el Consumo de mercaderías y otros consumibles; (ii) el deterioro de deudores comerciales; y (iii) los gastos de personal, otros gastos de explotación y arrendamientos relacionados con la actividad logística, tal y como se detalla en la conciliación presentada en el apartado Resultados consolidados de Grupo Dia en 2022 de este Informe de Resultados. Esta métrica se utiliza como indicador del rendimiento obtenido del valor de las ventas de mercancía una vez deducidos los costes de adquisición de la mercancía vendida, incluidos los costes logísticos para hacer llegar la mercancía hasta el punto de venta, independientemente a su naturaleza de coste (personal, otros costes operativos, etc.).
- **Capital Circulante (comercial):** es el importe que resulta de restar la cifra de Acreedores comerciales y otras cuentas a pagar de la suma de las Existencias y los Deudores comerciales y otras cuentas a cobrar. El Capital Circulante es una métrica utilizada para medir el nivel de exigibilidad para hacer frente al pago de sus compromisos comerciales a corto plazo.
- **Crecimiento de ventas comparables (Like-for-Like ó “LFL”):** el cálculo del crecimiento de ventas comparables se realiza de forma diaria y se basa en el crecimiento de la cifra de ventas brutas bajo enseña de ese día respecto al mismo día del periodo que se compara y a tipo de cambio constante, de todas aquellas tiendas que hayan operado por un periodo superior a doce meses y un día en condiciones de negocio similares. Se considera que una tienda no ha operado en condiciones de negocio similares, y por tanto no forma parte de la base de cálculo del LFL, en el caso en el que haya sido cerrada de forma temporal a lo largo del periodo considerado para llevar a cabo tareas de remodelación o que haya sido afectada significativamente por causas externas objetivas (por ejemplo eventos de fuerza mayor como pueden ser inundaciones, entre otros).
- **Deuda financiera neta:** Situación financiera de la compañía que resulta de minorar del valor total de la deuda financiera corriente y no corriente, el valor total del efectivo y otros activos líquidos equivalentes, el activo derivado de cobertura de tipos de interés, así como el pasivo derivado de la aplicación de la norma NIIF 16.
- **EBITDA Ajustado:** resulta de añadir al resultado neto de explotación (EBIT) la depreciación y amortización, el deterioro de activos no corrientes, los resultados por bajas de activos no corrientes, los costes de reestructuración (tal y como se describen a continuación), los costes relacionados con los planes de incentivos a largo plazo (LTIP) y los impactos derivados de la aplicación de las normas NIC 29 y NIIF 16.
- **Liquidez disponible:** es el importe resultante de sumar el Efectivo y otros activos líquidos equivalentes, y el importe disponible de las líneas de financiación y confirming no utilizadas. La liquidez disponible es una métrica utilizada para medir la capacidad del Grupo de hacer frente a sus compromisos de pago con los activos líquidos y financiación disponibles.

Glosario

- **Ventas Brutas bajo enseña:** valor total de la facturación obtenida en las tiendas, incluidos todos los impuestos indirectos (valor de ticket de caja) y en todas las tiendas de la Sociedad, tanto propias como franquiciadas. En el caso de Argentina, las Ventas Brutas bajo enseña se ajustan usando la inflación de precios interna aislando así el efecto hiperinflacionario. Las Ventas Brutas bajo enseña es una métrica que se utiliza para dar seguimiento a la evolución de la actividad en los puntos de venta del Grupo respecto a sus competidores en términos de cuota de mercado y de ventas totales al consumidor final.
- **NPS:** El “Net Promoter Score”, es una puntuación calculada a partir de una serie de preguntas que se envía a los clientes y stakeholders para conocer si recomendarían una empresa o marca. Esta medición se realiza a partir de la clasificación otorgada por los usuarios, en un rango que puede ser del 0 al 10 o 0 a 100 basado en un cálculo sencillo. El NPS es una visión simplificada pero muy efectiva para conocer qué tan satisfechos se encuentran los clientes y si son promotores o detractores de una marca o empresa, es decir, su nivel de lealtad.