



Grupo DIA refuerza la apuesta por su marca gourmet Delicious con nuevos espacios y más referencias

/ En 2016, la facturación de su marca propia especializada en productos de mayor valor añadido, que cuenta con 260 referencias, superó los 49 millones de euros

/ La compañía lanza una nueva campaña publicitaria en la que a través del humor se ahonda en el concepto de exclusividad y calidad a precios asequibles

Madrid, 25 de abril de 2017. Grupo DIA refuerza su apuesta por su marca de alimentación Delicious, especializada en productos gourmet, con la puesta en marcha de nuevos espacios exclusivos en tienda así como nuevas y mayor número de referencias. En el marco de la renovación de su formato histórico DIA Market y el desarrollo de otros de reciente implantación como La Plaza de Dia, la compañía persigue dar aún más protagonismo a las diferentes categorías de Delicious, que a cierre de 2016 facturó algo más de 49 millones de euros, un 44% más que el año anterior.

Con algo más de tres años de vida, Delicious cuenta en la actualidad con 260 referencias (146 en 2015) con productos que van desde las conservas hasta la pasta, postres, chocolates o lácteos entre otros, y está presente en las tiendas de DIA en España, Portugal, Brasil y China.

Desde el pasado mes de marzo y hasta 2018, Grupo DIA está acometiendo la renovación de 2.000 tiendas de su formato DIA Market en España, que entre otras novedades, incorporan un espacio exclusivo Delicious con una señalítica diferenciada y un mayor surtido. Una diferenciación por la que también ha decidido apostar en sus enseñas La Plaza de DIA y DIA Maxi, que disponen también de un lugar exclusivo para esta marca gourmet.

El plan de desarrollo Delicious se acompaña del lanzamiento de la primera campaña de publicidad de la compañía en España, realizada por la agencia Leo Burnett, únicamente centrada en la marca. Con un tono de humor basado en situaciones de la vida cotidiana, se profundiza en la idea de calidad y precios accesibles para todos los bolsillos.

Además de la marca Delicious, la compañía cuenta con un portfolio de marcas propias que superan las 7.500 referencias y entre las que destacan la Marca DIA, especializada en el surtido tradicional, Bonté, centrada en productos para la higiene y el cuidado personal, Basic Cosmetics para el segmento del maquillaje y la cosmética, BabySmile, dedicada al mundo del bebé y AS, relacionada con la alimentación animal.

Accede aquí a la nueva campaña publicitaria de Delicious:

<https://www.youtube.com/watch?v=FI-gJhp9tgU>



Distribuidora Internacional de Alimentación, DIA, es una compañía internacional del sector de la distribución de la alimentación, productos de hogar, belleza y salud. DIA cotiza en la Bolsa de Madrid y forma parte del Ibex 35, el índice de referencia del mercado bursátil español. En 2016, las ventas brutas bajo enseña alcanzaron los 10.550 millones de euros y el número de establecimientos ascendía a 7.799 en los países en los que opera, España, Portugal, Brasil, Argentina y China.

Para más información:

Javier Aguilar / Natalia Martín

Tfn. 915 915 500 – 629 560 731

j.aguilar@romanyasociados.es

n.martin@romanyasociados.es

Recursos multimedia

[Notas de prensa](#)

[Franquicias DIA](#)

[Imagen Corporativa](#)

[Twitter corporativo](#)

The DIA logo is positioned at the bottom right of the page. It features the letters 'DIA' in a large, bold, orange font. The 'D' and 'I' are connected, and the 'A' is separate. The logo is semi-transparent, allowing the background image of stacked white plates to be visible through it.