

## DIA 1ºT 2021 Avance de Ventas

**Ventas Netas Grupo de €1.600 millones con efectos adversos por los tipos de cambio y la comparativa respecto aun 1ºT 2020 excepcional**

*Fuerte desempeño de las Ventas Comparables en enero y febrero continuando la tendencia del año anterior y con la comparativa del trimestre completo impactada por las compras de abastecimiento previas al confinamiento por la Covid-19 en todos los mercados en marzo de 2020*

*Las Ventas Netas del Grupo se han visto afectadas por un menor número de tiendas y el efecto divisa de Brasil y Argentina con un desempeño comparativo sólido en moneda local*

	Ventas Netas <sup>1</sup>			Ventas Like-for-Like <sup>2</sup>
	1ºT 2021 (€m)	1ºT 2020 (€m)	Variac. (%)	vs 1ºT 2020 (%)
España	1.044,5	1.059,9	-1,4%	-0,9%
Portugal	150,0	148,9	0,7%	-2,5%
Brasil	179,7	251,5	-28,5 %	7,0%
Argentina	197,4	235,8	-16,3%	-2,3%
<b>Total Grupo</b>	<b>1.571,6</b>	<b>1.696,1</b>	<b>-7,3%</b>	<b>-0,4%</b>
<b>Total Tiendas<sup>3</sup> (#)</b>	<b>6.100</b>	<b>6.506</b>	<b>-6,2%</b>	

### Elementos Clave

- Fuertes Ventas Comparables en enero y febrero gracias a un mejor desempeño operativo y comercial.
- El rendimiento de marzo está afectado por la comparativa con el período de compras excepcionales de abastecimiento previo a las restricciones sufridas en 2020 en todos los territorios.
- Aumento del 9,2% en la cesta media durante el trimestre que compensa la caída del 8,7% en el número de tickets.
- El comportamiento en Euros se vio impactado por la devaluación del Peso Argentino (-36%) y del Real Brasileño (-26%) en comparación con el 1ºT 2020. Las Ventas Netas del Grupo aumentaron un 2,3% en Euros constantes.
- El desempeño de las Ventas Comparables en Brasil se muestra sólido en el trimestre.

<sup>1</sup> Ventas Netas expresadas a tipo de cambio corriente bajo la aplicación de IAS29 en Argentina

<sup>2</sup> LFL 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 trece meses en condiciones de negocio similares. Las cifras correspondientes a LFL en Argentina han sido deflactadas usando la inflación interna para reflejar el LFL en volumen, evitando cálculos erróneos por la hiperinflación

<sup>3</sup> Al final del período

**Comentario sobre el 1ºT de Stephan DuCharme, Presidente Ejecutivo:**

*“El rendimiento positivo de las Ventas Comparables durante los meses de enero y febrero demuestra que nuestra moderna oferta de proximidad sigue siendo atractiva para nuestros clientes en el complicado contexto en el que seguimos operando debido a la Covid-19. Las ventas de marzo estuvieron en línea con nuestras expectativas.*

*La comparativa de las ventas a partir de marzo de 2021 va a constituir un desafío para nuestro sector dado el aumento de la demanda sin precedentes que experimentaron los principales minoristas de la alimentación durante 2020, cuando los consumidores a nivel mundial se preparaban para afrontar las restricciones de confinamiento.*

*Si bien en la actualidad las restricciones siguen respaldando el consumo en los hogares, seguimos siendo cautos sobre el escenario post-Covid dada la incertidumbre existente en torno al camino hacia la normalización.”*

-FIN-

**MEDIA**

Lara Vadillo

Phone: +34 619.22.65.87

Email: [comunicacion@diagroup.com](mailto:comunicacion@diagroup.com)

**INVESTORS RELATIONS**

Miren Sotomayor / Natalia Amo

+34 91.398.54.00 Ext. 33699 /33426

Email: [investor.relations@diagroup.com](mailto:investor.relations@diagroup.com)