La marca Dia permite ahorrar a los hogares españoles hasta un 25% en su gasto anual

/ Grupo Dia fue la primera cadena de supermercados en España en lanzar su marca propia hace casi 40 años y desde entonces ha desarrollado productos Dia en todas las categorías, apostando siempre por la mejor calidad precio.

/ En lo que va de año, Dia ha lanzado más de 500 nuevas referencias de su marca en España, Argentina, Brasil y Portugal, hasta sumar un total de 2.700 productos renovados a nivel grupo desde 2020.

/ En España, la marca Dia está jugando un papel fundamental en el ahorro de los consumidores. Dia estima que los hogares que eligen sus productos logran un ahorro medio de entre el 20-25% en el gasto anual.

07 de octubre de 2022, Las Rozas de Madrid. Hace casi 40 años Grupo Dia se convirtió en el pionero de la marca propia en España, siendo la primera cadena de supermercados que lanzaba su propia marca al mercado. Desde ese primer detergente para lavadora etiquetado con el logo de Dia en 1984 y el producto Dia ha desarrollado productos en todas las categorías, desde hogar hasta alimentación, siguiendo siempre la demanda del consumidor, apostando por la calidad al mejor precio y conquistando los corazones (y bolsillos) de los consumidores españoles, argentinos, brasileños y portugueses.

Actualmente, en un contexto en que el consumo de productos de marca propia ha registrado un crecimiento del 17,1% en el gasto de las familias[1], Grupo Dia, como pionero de la marca propia en España, no ha dejado de reforzar y renovar sus productos para adaptarse a las necesidades de sus clientes. Sin duda, su excelente relación calidad-precio y su gran variedad de surtido, han hecho que la marca Dia se haya convertido en la gran aliada de las economías domésticas en situaciones complicadas como la que atravesamos en la actualidad. Una buena muestra de ello es la relevancia que los productos Dia están ganando en la cesta de la compra: en España, supone ya un 52% de la cesta; en Portugal, un 42%; un 30% en Argentina y un 29% en Brasil. Para Dia, estos datos avalan la buena

[1] Datos del último estudio de la consultora Nielsen IQ correspondientes al mes de junio

aceptación de los productos Dia y su percepción como una marca moderna, de calidad y con la mejor relación calidad-precio.

Gran apuesta por la marca Dia: 2.700 nuevas referencias y la mejor calidad-precio

Conscientes de lo importante que es ofrecer a sus clientes productos de calidad y a un precio asequible, Grupo Dia inició hace más de dos años un proceso de renovación de su marca en el que ha apostado por reformular recetas y trabajar con los proveedores locales que garanticen la calidad y frescura de sus productos para ofrecer un surtido renovado y con la mejor calidad-precio.

La renovación de la marca Dia se percibe nada más entrar en una de sus tiendas. Los lineales del supermercado se han llenado de color gracias a unos *packaging* con diseños modernos y *claims* creativos que integran la marca Dia en lugar de simplemente mostrar el logo. Esta apuesta por una imagen renovada, empática, cercana, honesta, inclusiva y divertida, se aprecia en los nombres y frases que captan la atención del consumidor y logran sacar una sonrisa: desde la gama de lácteos 'Dia Láctea' o la 'MeloDia Marina' para la gama de congelados, hasta 'Mari Marinera', para las conservas de pescado y 'Saborea cada Dia' para las verduras de Vegecampo, disponibles en todas las tiendas y canal onlline de Dia en España. Además, Dia muestra también su compromiso con la sostenibilidad y la transparencia con envases que, además de fomentar la usabilidad, presentan etiquetas claras con la información de cada producto y son respetuosos con el medio ambiente, como sus productos de cuidado personal IMAQE Naturals sin plásticos y formulados a partir de ingredientes naturales.

El resultado son 2.700 referencias a nivel Grupo que, con el claro propósito de conquistar a los clientes, han cambiado no solo en su apariencia, sino que su calidad está siendo ya reconocida por expertos independientes. Solo en lo que va de 2022, el surtido de marca Dia ha sumado más de 500 nuevas referencias a nivel global, con España a la cabeza de los nuevos lanzamientos. Nuevos productos que se apoyan en la proximidad. Alrededor del 86% de las compras a nivel Grupo se realizan en proveedores locales. Sin duda, grandes aliados para Dia en el impulso de su marca, tanto mejorando el surtido de frescos como en el desarrollo de sus productos Dia.

La Nueva Calidad Dia, la mejor aliada para la economía familiar en España

El caso de España es un claro ejemplo del éxito de la Nueva Calidad Dia, con un notable incremento de la presencia de productos de su marca en la cesta de la compra, que ha crecido 4 puntos durante el primer semestre de 2022, comparado con el mismo periodo del año anterior. Un dato que demuestra la buena acogida por parte de los consumidores que la perciben como una marca de gran calidad y con precios al alcance de todos.

Pero donde la Nueva Calidad Dia está jugando un papel muy importante es en el ahorro de los consumidores. **Dia estima que la elección de sus productos conlleva un ahorro medio de entre el 20-25% en el gasto anual de un hogar español**, donde una compra de 1.000€ podría reducirse a 750-800€, convirtiendo así su marca en un agente decisivo para el ahorro y la economía diaria de las familias.

A esta buena relación calidad-precio que está ayudando a ahorrar a los hogares, se suma la variedad de su oferta disponible en las tiendas físicas y en su canal online dia.es, con un surtido de más de 1.600 nuevas referencias propias, de las cuales casi **400 han sido lanzadas en este 2022** y que corresponden a diferentes variedades de alimentación, bebidas, limpieza, higiene y cuidado personal, entre otras. Se espera que la compañía cierre el año con hasta 1.800 nuevas referencias en España.

Dia apuesta por la calidad, por escuchar las necesidades de los clientes y por adaptarse a las tendencias de consumo para que la marca Dia satisfaga las necesidades de los hogares.

Y el notable incremento del consumo de varios de los productos de la Nueva Calidad Dia muestra que los clientes ya perciben este cambio y que ya han elegido sus favoritos. Entre las nuevas referencias lanzadas en este 2022 que más están triunfando destacan: el Zumo de Naranja con fruta 100% exprimida; el Kéfir con una fórmula 100% natural o la Cerveza Rambler's 0,0.

Cada día más cerca

Grupo Dia (Distribuidora Internacional de Alimentación) es la red líder en tiendas de proximidad, con cerca de 6.000 establecimientos propios y franquicias en España, Portugal, Brasil y Argentina. Fundada en 1979, Grupo Dia es una empresa española con sede en Madrid que cotiza en las bolsas de Madrid, Barcelona, Valencia y Bilbao. De sus casi 6.000 tiendas de proximidad, 2.700 están operadas bajo el modelo de franquicia. La compañía cuenta con alrededor de 2.700 tiendas Dia y 1.000 tiendas Clarel en España; 500 tiendas Minipreço en Portugal; 700 tiendas Dia en Brasil y 900 en Argentina.

Sus más de 38.500 empleados directos y 18.000 colaboradores en franquicias se mueven por un mismo propósito: estar "Cada día más cerca" de las personas y ser parte de sus hogares, ofreciendo un servicio esencial a la comunidad que facilite su bienestar. Con la ambición de liderar la tienda de barrio en cada país y enseñas con las que opera (Dia o Clarel, entre otras), Grupo Dia ofrece a sus más de 20 millones de clientes en el mundo una experiencia más rápida, sencilla, cercana, de alta calidad y al alcance de todos.

Grupo Dia destina 4.800 millones de euros a sus más de 2.800 proveedores en los países en los que opera, realizando el 86% de sus compras de manera local con el fin de proponer una alimentación al alcance de todos y tratando de generar un impacto positivo en las comunidades donde está presente.

https://diacorporate.com/ **#cadadiamascerca** **Linkedin**: Dia España **Twitter:** Dia España

Para más información:

Raquel González	**Isabel Uría**
raquel.gonzalez.rodriguez@diagroup.com	isabel.uria@ogilvy.com
655 712890	699244750