

Dia fecha o ano com 60% das suas lojas de proximidade renovadas e mais de 2.700 novas referências de marca própria em todos os países onde opera



/ O novo conceito de loja de bairro, que já está em funcionamento em mais de 2.200 estabelecimentos, será ampliado ao total da rede de lojas de Espanha e Argentina em 2023.

/ Com o objetivo de oferecer grande qualidade ao alcance de todos, a empresa reforçou a sua marca Dia com mais de 700 novas referências este ano nos diferentes mercados onde opera. Só em Portugal foram lançadas este ano 229 novas referências de marca própria em várias categorias de produtos.

/ Cumprindo com o seu propósito de estar cada dia mais próximo dos seus clientes, a Dia ampliou a cobertura do seu canal online e lançou novos serviços como os pedidos express na Argentina ou as vendas por WhatsApp no Brasil.

Madrid, 22 de dezembro de 2022. Quase a concluir o ano de 2022, a Dia faz um balanço de um ano especialmente complexo no qual confirmou a solidez e o acerto da sua proposta de valor. Um bom exemplo foi o crescimento das suas vendas líquidas a nível global nos nove primeiros meses de 2022 (12,6%), assim como o sucesso do arranque da nova proposta de valor centrada na proximidade, com um novo conceito de loja e uma marca Dia renovada, de grande qualidade e a um preço acessível. Resultados muito positivos que lhe permitem aspirar a acelerar o seu



Cada dia
mais próximos

crescimento em 2023 para cumprir com o seu plano estratégico e o seu propósito de estar cada dia mais próximo dos seus clientes.

Um novo conceito de loja de proximidade

Durante este ano de 2022, a empresa reforçou o seu modelo de proximidade apostando num novo conceito de loja que já é uma realidade em mais de **2.200 estabelecimentos (cerca de 60% da sua rede de proximidade global)**, especialmente em Espanha e na Argentina que esperam concluir a remodelação total da sua rede em 2023. Um novo conceito de loja mais amplo, luminoso com uma forte aposta nos frescos e que melhorou a experiência dos clientes que podem fazer uma compra completa de uma forma mais rápida, fácil e acessível, sem gastar mais e sem sair do bairro. Esta transformação reflete-se no bom acolhimento que este novo conceito está a ter. A tecnologia desempenhou um papel chave neste processo, contribuindo com a implementação de um novo modelo operativo que permite a padronização de tarefas e um sistema de pedidos mais rápido e eficiente.

Qualidade ao alcance de todos com uma marca Dia renovada

A nova proposta de valor da Dia também se notou nos seus lineares. Fiel ao seu propósito de oferecer grande qualidade a preços acessíveis, impulsionou a sua marca com mais de **2.700 novas referências, mais de 700 lançadas durante este ano**. A empresa iniciou há dois anos um processo de renovação da sua marca própria, tendo apostado na reformulação de receitas, trabalhando com fornecedores locais que garantem a qualidade e frescura dos seus produtos para oferecer um sortido renovado e com a melhor relação preço-qualidade. No caso de Portugal, só durante o ano de 2022 foram lançadas 229 novas referências que aportaram inovação a várias categorias de produtos, tendo 14 produtos de marca própria recebido o selo de sabor do Ano. Sem dúvida que a qualidade Dia está a conquistar os consumidores e os produtos Dia têm um peso importante na cesta de compras de cada mercado (52% em Espanha, 31% na Argentina, 29% no Brasil e 42% em Portugal).

Um serviço online reforçado

A Dia consolidou-se como a cadeia líder em proximidade nos diferentes mercados onde opera. Com o objetivo de continuar a garantir esta acessibilidade e a melhor experiência de compra através de todos os canais físicos e digitais, a Dia também reforçou o seu *e-commerce*. No caso de Espanha, [dia.es](https://www.dia.es) chega atualmente a 80% da população espanhola (mais de 34 milhões de pessoas), ampliou a cobertura na



<https://www.facebook.com/minipreco>



<https://www.linkedin.com/company/dia-portugal-supermercado>



<https://www.instagram.com/minipreco.pt>

www.minipreco.pt



*Cada dia
mais próximos*

zona costeira e o seu serviço de entrega em menos de 1 hora. Na Argentina já conta com 590 pontos de recolha e um novo serviço express em menos de 1 hora. Em Portugal o serviço online já chega a 55% da população, continuando a sua forte expansão no território nacional que já conta com 185 lojas com express delivery e 57 lojas com online próprio, o que representa um crescimento de 49% em comparação com o ano de 2021. O Brasil conta com a colaboração de *marketplaces* como Mercado Livre e Shopee e com o inovador lançamento do seu canal de vendas por WhatsApp.



<https://www.facebook.com/minipreco>



<https://www.linkedin.com/company/dia-portugal-supermercado>



<https://www.instagram.com/minipreco.pt>



www.minipreco.pt