

Dia cierra el año con el 60% de sus tiendas de proximidad renovadas y más de 2.700 nuevas referencias de marca propia en el mundo

/ El nuevo concepto de tienda de barrio, que ya está operativo en más de 2.200 establecimientos, se ampliará al total de su red en España y Argentina en 2023.

/ Con el objetivo de ofrecer gran calidad al alcance de todos, la compañía ha reforzado su marca Dia con más de 700 nuevas referencias este año en los diferentes mercados en los que opera.

/ Cumpliendo con su propósito de estar cada día más cerca de sus clientes, Grupo Dia ha ampliado la cobertura de su canal online y ha lanzado nuevos servicios como los pedidos express en Argentina o las ventas por WhatsApp en Brasil.

Madrid, 22 de diciembre de 2022. A punto de concluir 2022, Grupo Dia hace balance de un año especialmente complejo, en el que ha confirmado la solidez y el acierto de su propuesta de valor. Buena muestra de ello ha sido el crecimiento de sus ventas netas a nivel global en los nueve primeros meses de 2022 (12,6%), así como el éxito de la puesta en marcha de su nueva propuesta de valor centrada en la proximidad, con un nuevo concepto de tienda y una marca Dia renovada, de gran calidad y a un precio asequible. Resultados muy positivos, que le permiten aspirar a acelerar su crecimiento en 2023 para cumplir con su hoja de ruta y su propósito de estar cada día más cerca de sus clientes.

Un nuevo concepto de tienda de proximidad

Durante este 2022, la compañía ha reforzado su modelo de proximidad apostando por un nuevo concepto de tienda que ya es una realidad en más de **2.200 establecimientos (el 60% de su red de proximidad global)**, especialmente en España y Argentina que esperan concluir la remodelación total de su red en 2023. Un nuevo concepto de tienda más amplio, luminoso, con una firme apuesta por los frescos y que ha mejorado la experiencia de los clientes que pueden hacer una compra completa, de una manera más rápida, fácil, accesible, sin gastar de más y sin salir del barrio. Esta transformación se refleja en la buena acogida que está teniendo este nuevo concepto de tienda. La tecnología ha jugado un papel clave en este proceso, contribuyendo a implantar un nuevo modelo operativo que permite la estandarización de tareas y un sistema de pedidos más rápido y eficiente.

Calidad al alcance de todos con una marca Dia renovada

La nueva propuesta de valor de Dia también se ha dejado notar en sus lineales. Fiel a su propósito de ofrecer gran calidad a precios asequibles, ha impulsado su marca con más de **2.700 nuevas referencias a nivel global, más de 700 lanzadas este mismo año**. La compañía inició hace dos años un proceso de renovación de su marca propia 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-



Cada día
más cerca



precio. Sin duda, la calidad de Dia está conquistando a los consumidores y los productos Dia tienen un importante peso en la cesta de la compra de cada mercado (52% en España, 31% en Argentina, 29% en Brasil y 42% en Portugal).

Un servicio online reforzado

Grupo Dia se ha consolidado como la cadena líder en proximidad en los diferentes mercados en los que opera. Con el objetivo de seguir garantizando esta accesibilidad y la mejor experiencia de compra a través de todos los canales, físicos y digitales, Dia también ha reforzado su e-commerce. En el caso de España, dia.es llega actualmente al 80% de la población española (más de 34 millones de personas), ha ampliado la cobertura en la costa y su servicio de entrega en menos de 1 hora. En Argentina ya cuenta con 590 puntos de recogida y un nuevo servicio express en menos de 1h. En Portugal el servicio online ya llega al 55% de la población; y en Brasil cuenta con la colaboración de *marketplaces* como Mercado Livre y Shopee o el innovador lanzamiento de su canal de ventas por WhatsApp.

Sobre Grupo Dia

Cada día más cerca

Somos Grupo Dia, la red líder de tiendas de proximidad con cerca de 6.000 establecimientos en España, Argentina, Brasil y Portugal. Somos la tienda del barrio, la que facilita una experiencia de compra fácil, rápida y completa, cerca de casa y con productos de gran calidad a un precio asequible, tanto a través de nuestras tiendas físicas como de nuestro canal online.

Nuestra primera tienda Dia abrió sus puertas en Madrid en 1979. Hoy, cuatro décadas después, con la proximidad como fortaleza y la diversidad como bandera, las más de 38.500 personas que forman nuestro equipo en tienda, almacén y oficina, y las 18.000 de nuestra red de franquiciados se mueven por un mismo propósito: estar cada día más cerca de las personas para que todos tengamos la calidad que merecemos a nuestro alcance. Juntos, hemos construido una compañía que cotiza en la bolsa de España desde 2011 y que logró una facturación de 6.600 millones en 2021.

Para lograr nuestro propósito, nos apoyamos en una sólida red de proveedores, realizando el 86% de nuestras compras de manera local. Esto nos permite ofrecer a nuestros 45 millones de clientes en el mundo una alimentación accesible y al alcance de todos, con un surtido completo, una clara apuesta por los productos frescos y una marca Dia renovada. Además, trabajamos para generar un impacto positivo allí donde operamos. Gracias a las oportunidades de empleo y autoempleo que fomentamos en cada barrio, generamos más de 151.000 puestos de trabajo directos e indirectos en 2021 y nuestra contribución al PIB de los cuatro países superó los 9.200 millones de euros.

diacorporate.com

#CadaDiaMasCerca

LinkedIn: [Dia Group](#)

Twitter: [@Dia_Group](#)

Para más información:

Grupo Dia:

Raquel González
raquel.gonzalez.rodriquez@diagroup.com
+34 655712890

Ainhoa Murga
ainhoa.murga@diagroup.com
+34 608 710 511

Ogilvy

Marian Ortiz
marian.ortiz@ogilvy.com
+34 655712890



@Dia Group



Grupo Dia

diacorporate.com

