

AVANCE DE VENTAS IT 2023**Grupo Dia logra cuatro trimestres consecutivos
con crecimiento en ventas comparables**

/ “El impulso con el que hemos empezado 2023 y haber enlazado cuatro trimestres de incremento en ventas comparables subrayan el éxito de nuestra estrategia centrada en la distribución alimentaria de proximidad”, afirma Martín Tolcachir, CEO Global de Grupo Dia.

/ Las ventas brutas bajo enseña en España avanzaron un 10,2%, hasta los 1.325 millones de euros, con un crecimiento en ventas comparables del 12,4% y de un 13% si se excluyen las tiendas vendidas a Alcampo y la operación de Clarel, permitiendo a Dia ganar cuota de mercado en el país.

27 de abril de 2023, Las Rozas de Madrid. Grupo Dia ha cerrado el primer trimestre de 2023 con ventas netas de 1.781 millones de euros, un 10% más que en el mismo período de 2022, impulsadas por un crecimiento del 7% en las ventas comparables (like-for-like). Esta cifra permite a la compañía enlazar un cuarto trimestre consecutivo con avance positivo en ventas comparables, refrendando la fortaleza de una estrategia centrada en la distribución alimentaria de proximidad y la buena acogida de la propuesta de valor de Dia.

“En los primeros meses del año, todavía con un entorno macroeconómico complejo y la presión de los costes y la elevada inflación, hemos incrementado las ventas netas a nivel Grupo, con un desempeño especialmente bueno en ventas comparables en España y Portugal. Este

*impulso nos ha permitido enlazar un avance positivo en ventas netas y comparables por cuarto trimestre consecutivo, poniendo en valor el trabajo realizado para construir este nuevo Dia”, afirma **Martín Tolcachir, CEO Global de Grupo Dia.** “Agradezco a nuestro gran equipo y a nuestra red de franquiciados su esfuerzo diario para hacer real nuestro propósito: estar cada día más cerca para ofrecer gran calidad al alcance de todos”.*

Entre enero y marzo, las ventas brutas bajo enseña en España avanzaron un 10,2%, hasta los 1.325 millones de euros, con un crecimiento en ventas comparables del 12,4% y de un 13% si se excluyen las tiendas vendidas a Alcampo y la operación de Clarel, permitiendo a Dia ganar cuota de mercado en el país.

En Argentina, las ventas netas aumentaron un 19%, hasta los 286,2 millones de euros, impulsadas por un crecimiento like-for-like del 0,7% (medido en número de unidades), y evidenciando una recuperación en el consumo que se había desacelerado en el cuarto trimestre de 2022.

En Portugal las ventas comparables del trimestre han avanzado un 8,3%, comparado con el primer trimestre de 2022, con un sólido desempeño en ventas comparables y 141 millones en ventas netas (+3,2% vs. 1T22), compensando la reducción del 7% de la red de tiendas y la caída del volumen registrada en este mercado. En Brasil, en tanto, las ventas netas se contraen un 7,5%, afectadas por el cambio en el surtido que se está implementando en el país y la reducción de un 2% en la red de tiendas.

“Queremos ser la tienda de barrio y online favorita de nuestros clientes. Por eso, hemos desplegado una propuesta de valor diferencial apoyada en un nuevo modelo de tienda, donde hacer una compra completa de forma fácil y rápida, con un amplio surtido que da protagonismo a los frescos y con productos de marca Dia, que son sinónimo de gran calidad a precios asequibles. Además, hemos reforzado nuestra relación de ‘partnership’ con los franquiciados, una palanca clave para nuestra estrategia de proximidad, y nos apoyamos en la tecnología para hacer más eficiente nuestro negocio y desarrollar soluciones de valor para el cliente”, agrega Tolcachir.

Cada día más cerca del ‘turnaround’ de Dia

En el primer trimestre del año, la compañía ha avanzado en el despliegue de su propuesta de valor, con 252 tiendas remodeladas al nuevo concepto (182 en España y 61 en Argentina), y 26 aperturas, con el hito de haber alcanzado la tienda número 1.000 en Argentina. La compañía cuenta ya con el 48% de su red de tiendas operando bajo el nuevo modelo, con España (75% de la red) y Argentina (63% de la red) a la cabeza en el proceso de transformación.

En el plano comercial, ya se ha renovado más del 80% del surtido de productos Dia en España y se han lanzado 93 nuevas referencias. Gracias a la Nueva Calidad y su percepción como productos modernos, de gran calidad y a

precios asequibles, los productos Dia elevan su presencia en la cesta de la compra hasta el 53%.

Además, para estar más cerca de sus clientes, durante el primer trimestre se han activado iniciativas y descuentos a través de ClubDia para mejorar la experiencia de compra y facilitar el ahorro de los más de 14,3 millones de clientes fidelizados.

“Hacia delante, los objetivos están claros: terminar la transformación de la red de tiendas y de nuestros productos marca Dia, avanzar en nuevas soluciones que aporten valor al cliente y aceleren y consoliden el crecimiento de la compañía con el apoyo de nuestros partners franquiciados”, concluye el CEO Global de Grupo Dia.

Sobre Grupo Dia

Cada día más cerca

Somos Grupo Dia, la red líder de tiendas de proximidad con cerca de 5.700 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 33.400 personas que forman nuestro equipo en tienda, almacén y oficina, y las 19.500 de nuestra red de franquiciados se mueven por un mismo propósito: estar cada día más cerca para ofrecer gran calidad al alcance de todos. Juntos, hemos construido una compañía que cotiza en la bolsa de España desde 2011 y que logró una facturación de 7.286 millones en 2022.

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 más de 14 millones de clientes fidelizados 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:

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

Ogilvy

Lara Acero
Lara.acero@ogilvy.com
+34 656911565

