

El presidente del Consejo de Grupo Dia destaca ante los accionistas los logros de la estrategia centrada en la proximidad y la fortaleza de su gobernanza reforzada



/ El presidente del Consejo ha subrayado la fortaleza e independencia de la gobernanza de la compañía, función que ejercen el Consejo y el Comité de Dirección del Grupo “unidos, rompiendo jerarquías y silos y con un diálogo honesto con los grupos de interés, más cerca de nuestros equipos y franquiciados, y de nuestros accionistas, que han mostrado su compromiso y apoyo durante el proceso de transformación”.

/ “Este nuevo Dia es una compañía que, guiada por su propósito y valores, ha logrado reconectar con sus clientes, mejorar sus resultados financieros y fortalecer su gobernanza”, ha destacado DuCharme para agradecer el apoyo y compromiso del equipo de Dia, la red de franquiciados y de proveedores y los accionistas durante la transformación.

/ Martín Tolcachir, CEO Global de Grupo Dia, ha señalado que “en un entorno no menos desafiante, el primer semestre de 2023 ofrece buena visibilidad sobre el acierto de nuestra estrategia y nuestras decisiones. La compañía está centrada en terminar el proceso de turnaround en España y Argentina, trabajar la propuesta de valor en Brasil y Portugal e impulsar la transformación tecnológica que permitirá ser más eficientes y mejorar la calidad del servicio”.

28 de junio de 2023, Las Rozas de Madrid. Grupo Dia ha celebrado este miércoles en su sede social en Madrid su Junta General Ordinaria de Accionistas. El **presidente del Consejo de Administración, Stephan DuCharme**, acompañado por el **CEO Global de Grupo Dia, Martín Tolcachir**, han aprovechado la cita para subrayar la relevancia del ejercicio 2022 para el rumbo de la compañía y agradecer a todo el equipo de Dia, a su red de franquiciados y proveedores y a sus accionistas el apoyo y compromiso mostrado. Gracias a una hoja de ruta clara con foco en la distribución alimentaria de proximidad y el liderazgo adecuado, se han cumplido hitos estratégicos y operativos que acercan a la compañía al final del proceso de *turnaround*.

“En 2022 los datos evidenciaron un claro punto de inflexión para Grupo Dia. Los clientes aprecian la nueva propuesta de valor y la renovación del surtido y de nuestros productos de marca Dia. Nuestros franquiciados apuestan por Dia y quieren gestionar más de una tienda. Y nuestro nuevo modelo de tienda es más rentable, logrando avanzar en ingresos y cuota de mercado a pesar de un contexto económico complejo”, ha destacado DuCharme en su discurso ante los accionistas.

En un año marcado por la incertidumbre, el alza de los costes de las materias primas, combustibles y energía, *“hemos cumplido hitos estratégicos y operativos que nos permiten acelerar hacia un crecimiento sostenible y lograr la rentabilidad”*, ha agregado; y para afrontar grandes desafíos *“la mejor garantía es contar con el liderazgo adecuado, y Grupo Dia lo tiene”*.

El presidente del Consejo ha subrayado la fortaleza e independencia de la gobernanza de la compañía, función que ejercen el Consejo y el Comité de Dirección del Grupo *“unidos, rompiendo jerarquías y silos y con un diálogo honesto con los grupos de interés, más cerca de nuestros equipos y franquiciados, y de nuestros accionistas, que han mostrado su compromiso y apoyo durante el proceso de transformación”*.

En el último año, el Consejo de Dia se ha fortalecido con la incorporación de Gloria Hernández, que cumple su primer año como consejera, y de Ben Babcock, nombrado por cooptación en mayo y reelegido por los accionistas este miércoles, *“que aporta unas fortalezas que el órgano carecía hasta el momento”*, indica DuCharme. Ha destacado, además, que cuatro de los ocho consejeros de Dia son independientes, factor clave para el buen gobierno corporativo, y que la decisión de separar el rol de presidente del Consejo y de CEO de Grupo ha permitido reforzar la gobernanza de la compañía más allá de las recomendaciones. *“A la vista del rumbo de la compañía, la independencia y buen gobierno corporativo de este modelo es incuestionable”*, ha señalado DuCharme, poniendo de manifiesto que, además de la mayoría de miembros independientes, se trabaja de forma proactiva para lograr una mayor presencia de mujeres en el órgano.

Hitos del negocio en 2022 y perspectivas 2023

Martín Tolcachir, CEO Global de Grupo Dia, se ha dirigido a los accionistas para poner en valor los hitos alcanzados durante el ejercicio 2022 y avanzar las perspectivas ahora que 2023 llega a su ecuador.

En 2022, el Grupo facturó 7.286 millones de euros, un 9,6% más que en 2021, con un impulso del 7,3% en las ventas like-for-like del cuarto trimestre. El Ebitda ajustado aumentó a 200 millones de euros, 76 millones más que en 2021, con un margen del 2,8%, y el Grupo redujo a la mitad sus pérdidas, de 257,3 a 123,8 millones de euros. Además, avanzó en su desapalancamiento, cerrando el ejercicio con un ratio de 2,7x a pesar del esfuerzo inversor para avanzar en la transformación del negocio en España y Argentina. La compañía cerró el ejercicio con una red de casi 5.700 tiendas, el 52% de ellas franquiciadas, en España, Argentina, Brasil y Portugal. En el último año, se realizó la renovación de más 1.070 tiendas y se realizaron 128 aperturas¹, colocando el negocio de España y Argentina en la fase final de transformación de la red de tiendas y de la renovación de los productos de marca Dia.

“Los resultados alcanzados en 2022 muestran que los últimos tres años han servido para consolidar nuestro camino hacia una recuperación financiera y el inicio de la creación de valor sostenible. El último ejercicio fue desafiante, pero también nos ha permitido mirar con orgullo el camino recorrido y ver que ese nuevo Dia que imaginamos ya es real gracias a nuestro equipo y red de franquiciados, más de 55.000 personas en cuatro países que viven los valores de Dia y sienten pasión por nuestros clientes”, ha subrayado Tolcachir en su primera intervención ante la Junta General de Accionistas de la compañía. *“Hacia delante, lograr que nuestro rumbo sea sólido requiere una hoja de ruta clara con foco en lo que sabemos hacer bien: la distribución alimentaria de proximidad”*.

En este sentido, el primer ejecutivo del Grupo ha señalado que las dos operaciones corporativas anunciadas en 2022, la venta de un grupo de tiendas a Alcampo en España y el acuerdo de venta de Clarel, son decisiones estratégicas que permiten a la compañía avanzar en su estrategia de proximidad. Respecto a la primera operación, ha recordado que la Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia (CNMC) aprobó el acuerdo el pasado mes de marzo y que el proceso de traspaso de tiendas concluirá el 29 de junio. En cuanto al acuerdo de venta de Clarel, autorizado por Competencia en el mes de mayo, ha indicado que la operación está sujeta al cumplimiento de determinadas condiciones suspensivas, incluyendo la adopción por parte del potencial comprador de determinadas medidas para el aseguramiento financiero de mercaderías de Clarel y que, hasta la fecha, no se han cumplido.

Respecto al año en curso, Tolcachir ha señalado que *“en un entorno no menos desafiante, el primer semestre nos ofrece buena visibilidad sobre el acierto de nuestra estrategia y nuestras decisiones”*. La compañía está centrada en *“terminar el proceso de turnaround en España y Argentina, donde vamos a terminar de renovar la red de tiendas y el surtido de marca Dia en este año. Al tiempo, seguiremos trabajando en nuestra propuesta de valor en Brasil y Portugal”*, ha agregado.

Por otra parte, ha señalado que la compañía está impulsando su transformación digital. *“Estamos modernizando nuestro sistema tecnológico hacia uno que nos*

¹ Incluye las aperturas de Clarel.

aporte más flexibilidad sin perder la robustez que requiere el negocio, con el objetivo de lograr mayor eficiencia de la operación y mejorar en la calidad del servicio”, ha explicado Tolcachir. “Nuestra transformación digital mira también hacia la omnicanalidad. Los pasos dados en España y Argentina así lo muestran. Queremos que nuestros clientes tengan una experiencia de primer nivel en tienda y online, y la integración de nuestros canales es una de las claves para conseguirlo”, ha subrayado el CEO Global del Grupo.

Una compañía impulsada por su propósito

El ejercicio 2022 ha sido de gran relevancia para Grupo Dia más allá de los hitos operativos y financieros, han destacado el presidente del Consejo y el CEO Global de la compañía poniendo en valor la transformación de la cultura corporativa que ha logrado impulsar la redirección del negocio.

“Para no perder impulso, en 2022 decidimos evolucionar también nuestros valores y extender nuestro propósito para convertirlo en una declaración clara de quienes somos: Dia quiere estar cada día más cerca para ofrecer gran calidad al alcance de todos”, señala DuCharme, que recuerda que la proximidad, la esencia de Dia, ha sido el motor para impulsar el negocio, como quedó recogido en el Plan de Sostenibilidad 2021-2023 cuya ejecución ha logrado hitos en distintas aristas del negocio y, sobre todo, “nos ha permitido fortalecer las relaciones y mejorar la satisfacción de nuestros clientes, equipos, franquiciados y proveedores”.

Los avances logrados en 2022 han quedado reflejados en la **Memoria Anual 2022 de Grupo Dia**, documento que la compañía recupera tras tres ejercicios sin editarla y que ya está disponible para su consulta en diacorporate.com.

En el último año de ejecución del plan vigente, en paralelo a la definición de la hoja de ruta para el siguiente período, la compañía ha decidido poner énfasis en dos de los 15 asuntos materiales que contempla: el acceso a la alimentación y la diversidad.

El trabajo realizado en el eje de acceso a la alimentación en los últimos dos años ha permitido a la compañía impulsar el programa [Comer mejor cada día](#), la causa social de Grupo Dia a nivel global. Este programa tiene el objetivo de contribuir a mitigar las barreras alimentarias y facilitar que una alimentación de calidad esté al alcance de todos. *“Alineado con un ODS clave como es el de Hambre Cero, nuestra causa social conecta nuestro propósito y el corazón del negocio de Dia con las tensiones sociales de los cuatro países en los que operamos”, ha destacado Tolcachir sobre el programa que aborda tres ejes de trabajo, accesibilidad, conocimiento y frecuencia.*

Por su parte, el trabajo desarrollado en el eje de diversidad se orienta hacia el auténtico corazón de Dia: su equipo. *“Con más de 33.400 personas de 81 nacionalidades en cuatro países, afirmamos con orgullo que somos diversos por naturaleza. Por eso, con la cercanía que nos caracteriza, fomentamos un entorno inclusivo y avanzamos en materia de igualdad de forma proactiva, uno de los ejes prioritarios para Dia”, subraya el CEO Global del grupo.*



Cada día
más cerca



Descarga la
Memoria anual 2022
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 96% 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

Ogilvy

Ainhoa Murga
ainhoa.murga@diacorporate.com



@Grupo Dia



Grupo Dia

diacorporate.com

