

Grupo Dia com vendas líquidas de 4.642 milhões de euros até setembro, um aumento de 4,5% nas vendas comparáveis, consolidando a sua posição em Espanha e na Argentina¹



/ “Encerramos o terceiro trimestre do ano com um sólido desempenho em Espanha e na Argentina, como demonstrado pelas vendas comparáveis positivas, e um acumulado do ano que confirma a força da nossa estratégia de proximidade neste ambiente desafiante”, diz Martín Tolcachir, CEO Global do Grupo Dia. “Gostaria de agradecer à nossa equipa e à nossa rede de franqueados pelo seu esforço e empenho diários”.

/ O bom desempenho do negócio na Espanha pode ser visto no crescimento da quota de mercado na área comparável há mais de 12 meses e sublinha a solidez da transformação levada a cabo.

/ Na Argentina, apesar do contexto macroeconómico negativo do mercado argentino, a Dia continua a ganhar quota de mercado e a reforçar a sua posição de líder de proximidade.

25 de outubro de 2023, Las Rozas de Madrid. Entre janeiro e setembro, o Grupo Dia alcançou vendas líquidas de 4.642 milhões de euros¹, 3% a mais do que no mesmo período de 2022, com um aumento de 4,5% nas vendas like-for-like. O volume de

¹ Exclui a venda de lojas que se refere à transferência de lojas para Alcampo em Espanha, a venda da atividade da Clarel e a venda da atividade da Dia Portugal.

negócios obtido nos primeiros nove meses do ano, que exclui as vendas registadas nas lojas transferidas para Alcampo em Espanha, a venda das lojas em Portugal e as lojas Clarel, mostra a força da estratégia da Dia num ambiente complexo como o atual e consolida a posição da empresa nos seus dois principais mercados, Espanha e Argentina.

*“Encerrámos o terceiro trimestre do ano com um sólido desempenho em Espanha e na Argentina, como demonstram as vendas like-for-like positivas, e um acumulado do ano que confirma a força da nossa estratégia de proximidade neste ambiente desafiante”, afirma **Martín Tolcachir, CEO Global de Grupo Dia**. “O negócio em Espanha está a progredir a bom ritmo, consolidando os frutos da nova proposta de valor e crescendo positivamente em vendas brutas, líquidas e comparáveis. A força do mercado espanhol compensou parte do impacto negativo da moeda argentina, uma unidade de negócio na qual continuamos a avançar em quota de mercado e cujo desempenho operacional é muito positivo num contexto macroeconómico complexo. O desempenho no Brasil, por sua vez, continua a ser afetado por um mercado que está a perder volume em todos os formatos”, acrescenta Tolcachir.*

Em Espanha, as vendas brutas sob insígnia¹ atingiram 1.280,2 milhões de euros no terceiro trimestre, mais 8,3% do que no ano anterior. As vendas like-for-like⁶ aumentaram 9,7% entre junho e setembro e o acumulado dos primeiros nove meses do ano apresenta um crescimento de 12%. Este bom desempenho reflete-se no crescimento da quota de mercado na superfície há mais de 12 meses e sublinha a solidez da transformação realizada.

*“Nestes três anos, realizámos uma transformação global de toda a empresa, reinventando todos os conceitos e processos dentro da empresa. Criámos um conceito de loja e de comércio eletrónico, que foi impulsionado este trimestre com o lançamento da nossa nova aplicação Dia Omnicanal. Conseguimos oferecer aos nossos clientes a experiência de compra mais rápida e fácil do mercado, e concluímos a renovação total da nossa marca para Nova Qualidade Dia, com produtos da mais alta qualidade. Estamos muito orgulhosos de que este esforço na transformação total da empresa se reflita no nosso progresso trimestral”, afirma **Ricardo Álvarez, CEO de Dia Espanha**.*

Na Argentina, as vendas líquidas aumentaram 3% em euros durante o terceiro trimestre, no entanto, o efeito negativo da taxa de câmbio (-23%) abrandou o progresso no trimestre, que fecha com 377 milhões de euros (-20%). As vendas comparáveis aumentaram 1% (medidas em número de unidades) e, apesar do contexto macroeconómico negativo do mercado argentino, a Dia continua a ganhar quota de mercado e a consolidar a sua posição como segundo operador no mercado doméstico e líder na cidade de Buenos Aires.

No Brasil, as vendas líquidas registaram uma contração de 22,4% no terceiro trimestre para 182,1 milhões de euros. O contexto de mercado com queda de vendas no sector e a mudança de mix que tem vindo a ser implementada desde o início do ano (focada na redução do peso de categorias com margens mais baixas e afastadas do nosso conceito de proximidade), está a afetar o desempenho comercial. Em Portugal, as vendas like-for-like avançaram 1,1% entre julho e setembro e as vendas líquidas atingiram 163,4 milhões de euros (+2,5% vs. 3T22), compensando novamente a redução de 2% no parque de lojas.

"Daqui, gostaria de agradecer o esforço e empenho diário da nossa equipa e da nossa rede de franqueados. Juntos estamos a concretizar a nossa ambição de ser a loja de bairro e online preferida dos nossos clientes. Estamos cada vez mais próximos dos nossos clientes e isso permite-nos continuar a crescer", sublinha Tolcachir.

Mais perto dos seus clientes todos os dias

No terceiro trimestre do ano, a empresa avançou na implementação da sua proposta de valor com 58 renovações e 28 aberturas. No final de setembro, o Grupo Dia contava com 2.808 lojas a operar sob o novo modelo, 71% da rede (excluindo as lojas Clarel e Dia Portugal). Por países, Espanha tem 1.971 lojas a operar sob o novo modelo (85% do total); Argentina tem 822 (79% do total) e o Brasil 15 (3% do total), todos eles mostrando um desempenho positivo e sustentável no atual ambiente desafiante.

Do lado comercial, mais de 2.200 produtos da marca Dia já foram renovados em Espanha, mais de 90% do sortido, e os 110 produtos Nova Qualidade Dia lançados ou renovados no terceiro trimestre elevam o total do ano para 275 novas referências. Graças à Nova Qualidade e à sua perceção como produtos modernos e de alta qualidade a preços acessíveis, os produtos Dia aumentaram a sua presença no cabaz de compras para 54%. Este destaque no cabaz de compras mostra que a Dia é um aliado da poupança das famílias, especialmente em tempos como os atuais. Na Argentina, os produtos Dia representam atualmente 29% do cabaz de compras e no Brasil 23%.

Além disso, o número de tickets manteve uma tendência positiva, com um aumento de 6,1% entre janeiro e setembro ao nível do Grupo, com uma redução de 1,3% no valor do cabaz médio. Este desempenho está em linha com a mudança de hábitos dos consumidores e evidencia o sucesso do nosso compromisso com uma loja de proximidade que oferece um sortido completo, produtos frescos e produtos da marca Dia de elevada qualidade a preços acessíveis.

Para mais informações:

Mediaway



Cada dia
mais próximos

João Mateus

jmateus@mediaway.pt

934485731

Sobre o Grupo Dia

Cada dia mais próximos

Somos o Grupo Dia, a rede líder de lojas de proximidade com mais de 5.400 estabelecimentos em Espanha, Argentina, Brasil e Portugal. Somos a loja do bairro, aquela que proporciona uma experiência de compras fácil, rápida e completa, perto de casa e com produtos de qualidade a um preço acessível, tanto através das nossas lojas físicas como através do nosso canal online.

A nossa primeira loja Dia abriu as suas portas em Madrid em 1979. Hoje, quatro décadas depois, com a proximidade como a nossa força e a diversidade como a nossa bandeira, as mais de 33.400 pessoas que compõem as nossas equipas em loja, armazém e escritório, e as 19.500 na nossa rede de franquia, são movidas pelo mesmo objetivo: estar mais perto das pessoas todos os dias, a fim de oferecer alta qualidade ao alcance de todos. Juntos, construímos uma empresa que está cotada na bolsa de Espanha desde 2011 e que alcançou uma faturação de 7.286 milhões em 2022.

Para alcançar este objetivo, contamos com uma sólida rede de fornecedores, fazendo 86% das nossas compras localmente. Isto permite-nos oferecer aos nossos mais de 14 milhões de clientes fiéis em todo o mundo alimentos acessíveis a todos, com um sortido completo, um compromisso claro com produtos frescos e uma marca Dia renovada. Além disso, trabalhamos todos os dias para gerar um impacto positivo onde quer que operemos. Graças às oportunidades de emprego e autoemprego que fomentamos em cada bairro, geramos mais de 151.000 postos de trabalho diretos e indiretos em 2021 e a nossa contribuição para o PIB dos quatro países superou os 9.200 milhões de euros.

Em Portugal, a Dia opera sob a insígnia Minipreço. Com uma história de mais de 42 anos, o Minipreço tem uma dispersão geográfica sem paralelo no mercado da distribuição alimentar, com as suas cerca de 500 lojas em todo o território português, com cerca de 300 lojas a serem operados sob regime de franquia, o que comprova o sucesso da implementação deste modelo junto de empreendedores locais. Fortemente comprometida com os fornecedores locais, o Minipreço continua a ser líder no segmento de proximidade e a primeira escolha de milhares de famílias que contam com os melhores produtos, aos melhores preços e com os descontos personalizados do cartão de fidelização mais antigo do mercado português. O Minipreço é o parceiro de todos os dias e o vizinho de eleição dos bairros portugueses.

Fruto da aposta na Nova Qualidade Dia, em 2023, vários produtos exclusivos foram reconhecidos com o prémio **Sabor do Ano – Azeite biológico VivOliva, Filetes deAtum em Azeite Virgem Extra Mari Marinheira, Rissóis de Pescada para Forno Delí Salgado, Queijo 3 Leites o Chocalho e Pétalas de Chocolate, Caramelo e Sal Temptation**, e o prémio **Produto do Ano – Hamburger Vegetariano de Espinafres Mr. Veg, Cervejas artesanais Red Ale e IPA Ramblers, Pão de Espelta, Mel e Sementes e o Pão de Curcuma, Mel e Trigo Sarraceno**.

O Minipreço foi ainda distinguido como **Melhor Supermercado de Proximidade** e **Melhor Supermercado Online**, pela revista Grande Consumo, um prémio que resulta de uma avaliação promovida junto dos consumidores nacionais e que visa enaltecer o que há de melhor no retalho físico e digital em Portugal. O Minipreço é o parceiro de todos os dias e o vizinho de eleição dos bairros portugueses.

diacorporate.com

#CadaDiaMaisProximos

LinkedIn: [Dia Group](#)

Twitter: [@Dia Group](#)



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



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



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

www.minipreco.pt