

AVANCE DE VENTAS 3T 2024

Grupo Dia logra ventas brutas bajo enseña de 1.778 millones de euros en el tercer trimestre, con un avance de +4,3% en España

- El tercer trimestre en España ha estado marcado por un entorno de inflación alimentaria baja, donde Dia ha sido capaz de crecer un +4,4% en venta comparable, gracias al aumento de clientes, tickets y el impulso del canal online.
- En Argentina, en un contexto macroeconómico complejo, Dia sigue ganando cuota de mercado en el trimestre a superficie comparable gracias a una propuesta de valor omnicanal única en proximidad y a la fortaleza de la marca en el país.

Desglose de ventas 3T 2024

(en millones de euros)	Ventas brutas bajo enseña ¹				Ventas netas ²		
	3T24	Like-for-Like ³	Variación total		3T24	Variación total	
			A tipo de cambio corriente	A tipo de cambio constante		A tipo de cambio corriente	A tipo de cambio constante
España continuado ⁵	1.335,4	4,4%	4,3%	4,3%	1.111,9	4,2%	4,2%
Argentina pre-IAS29	442,1	(24,9%)	(5,0%)	192,6%	223,7	(39,4%)	131,6%
Negocio continuado⁵	1.777,5	N/A	1,8%	54,5%	1.335,6	(7,0%)	36,9%
Total Grupo pre-IAS29	1.777,5	N/A	(22,3%)	18,0%	1.335,6	(27,9%)	6,1%
IAS29					134,6	-	-
Total Grupo post-IAS29					1.470,2	(21,0%)	5,7%

Desglose de ventas acumulado 9M 2024

(en millones de euros)	Ventas brutas bajo enseña ¹				Ventas netas ²		
	9M24	Like-for-Like ³	Variación total		9M24	Variación total	
			A tipo de cambio corriente	A tipo de cambio constante		A tipo de cambio corriente	A tipo de cambio constante
España continuado ⁵	3.784,3	4,8%	4,8%	4,8%	3.161,4	4,8%	4,8%
Argentina pre-IAS29	1.303,9	(16,1%)	(5,0%)	255,2%	907,5	(16,6%)	205,4%
Negocio continuado⁵	5.088,2	N/A	2,1%	73,8%	4.068,9	(0,8%)	58,0%
España discontinuado ⁶	79,3	(0,1%)	(81,8%)	(81,8%)	62,8	(82,8%)	(82,8%)
Portugal	250,9	(2,4%)	(59,7%)	(59,7%)	183,9	(59,8%)	(59,8%)
Brasil	307,7	(15,1%)	(54,9%)	(54,6%)	242,6	(55,7%)	(55,3%)
Total Grupo pre-IAS29	5.726,1	N/A	(14,8%)	38,3%	4.558,4	(16,7%)	27,4%
IAS29					217,7	-	-
Total Grupo post-IAS29					4.776,0	(12,6%)	27,7%

Negocio continuado⁵

- En el 3T24, las ventas brutas del Grupo alcanzaron los 1.778 millones de euros, un 1,8% mejor que el año pasado (perímetro continuado), gracias al crecimiento de España, que compensa la caída del consumo en Argentina. A nivel consolidado, la venta de los negocios de Brasil, Portugal y Clarel suponen un impacto negativo sobre la variación de la venta vs. 2023.
- A nivel acumulado, el Grupo alcanzó una venta bruta de 5.726 millones de euros entre enero y septiembre, apoyado en el buen resultado del negocio en España, que crece por encima del mercado (a superficie comparable), e impactada por la caída de venta en Argentina y las salidas de Brasil, Portugal y Clarel.

España negocio continuado⁵

- Dia España alcanza una venta bruta de 1.335 millones de euros, un 4,3% más que el mismo periodo del año anterior, con las ventas comparables (LfL) creciendo +4,4%. La venta acumulada hasta septiembre alcanza los 3.784 millones de euros, un crecimiento del 4,8% vs. 2023.
- En el entorno de baja inflación alimentaria vivido durante el tercer trimestre, Dia ha sido capaz de impulsar su venta gracias al crecimiento de volúmenes. Estos resultados, por encima del mercado, han permitido a Dia ganar cuota de mercado a superficie comparable durante los últimos trimestres.
- Las principales palancas de este crecimiento han sido:
 - El número de tickets y la frecuencia de compra mantienen una tendencia positiva, con un incremento del +6,2% en 3T24 y una disminución en el importe de la cesta media del 1,7%, confirmando la apuesta por el modelo de proximidad.
 - El Club Dia y la digitalización de clientes sigue en aumento, creciendo en número de clientes fidelizados y su recurrencia en la compra.
 - La oferta de productos frescos sigue ganando peso en la cesta de nuestros clientes, aumentando la frecuencia de las visitas.
 - La oferta de un surtido equilibrado entre las principales marcas nacionales y productos Dia de la máxima calidad, sigue en constante evolución y mejora (los productos Dia alcanzaron en 3T24 el 56,9% de la cesta total, excluyendo productos frescos, +3,3pp vs. 3T23).
 - El canal online sigue siendo uno de los motores de crecimiento del negocio, con un incremento del 36,2% vs. 3T23. La mejora del servicio se refleja en un incremento en la satisfacción del cliente, además de cosechar grandes reconocimientos a la calidad del servicio.

Argentina

- La cifra de ventas en Dia Argentina se ha visto impactada por un contexto macroeconómico complejo, con caídas fuertes del consumo (un 17,1% menos que en el 3T23 según la consultora Scentia).
- Esto ha resultado en unas ventas brutas para Dia de 442 millones de euros (un 5,0% menos que el mismo periodo del año anterior). Las ventas comparables (LfL) del 3T24 se redujeron un 24,9% (medido en número de unidades).
- De enero a septiembre, la venta bruta alcanzó 1.304 millones de euros, un 5,0% menos que en 2023 (+255% a tipo de cambio constante).
- En este contexto, Dia Argentina sigue apostando por su propuesta de valor de proximidad y precios competitivos, reforzando su marca Dia, lo que le ha permitido a Dia ganar cuota de mercado en el trimestre a superficie comparable. En volumen, Dia Argentina gana terreno al mercado frente a la situación de 2023 con un ligero retroceso en cuota de valor.
- La inflación se ha reducido notablemente durante el 3T24 vs. el comienzo del año, por lo que se espera que la recuperación de la actividad económica y el consumo empiecen a mejorar hacia finales del 2024 y comienzo del 2025.
- El canal online, por su parte, ha visto un incremento importante de las ventas gracias a la modernización de la plataforma de e-commerce, con un incremento del 28,9% vs. 3T23 (+242% vs. 3T23 a tipo de cambio constante).

Valoración de Martín Tolcachir, CEO Global de Grupo Dia:

“El tercer trimestre del año ha permitido enlazar dos años y medio consecutivos de crecimiento en ventas comparables en España y continuar ganando cuota de mercado a superficie comparable tanto en España como en Argentina.

El sólido desempeño en España subraya el éxito de la transformación total del negocio y que cada vez más clientes eligen y vuelven a Dia, convirtiéndola en su tienda de barrio y online preferida.

Hacia delante, lo que resta de año estaremos centrados en seguir creciendo de forma orgánica, conectando y fidelizando cada vez a más clientes”.

Notas:

1. Ventas Brutas Bajo Enseña tal y como se definen en el Informe de Gestión Consolidado del 2023. Valor total de la facturación obtenida en las tiendas a tipo de cambio corriente, incluidos todos los impuestos indirectos (valor de ticket de caja) y en todas las tiendas de la Sociedad, tanto propias como franquiciadas.
2. Ventas Netas expresadas a tipo de cambio corriente. En determinados totales y subtotales se aplica la IAS 29 “Información Financiera en economías hiperinflacionarias” correspondiente a Argentina, es decir, ventas afectadas por devaluación y tipo de cambio.
3. Representa la tasa de crecimiento de las Ventas Brutas Bajo Enseña a tipo de cambio constante de aquellas tiendas que hayan operado por un período superior a doce meses y un día en condiciones de negocio similares. Las cifras correspondientes a las ventas Like-for-Like en Argentina han sido ajustadas para reflejar la variación en volumen (unidades).
4. Al final del periodo.
5. Excluye la venta de tiendas que se refiere a la transferencia de tiendas a Alcampo en España, la venta del negocio de Clarel, la venta del negocio de Dia Portugal y la venta del negocio de Dia Brasil.
6. Representa únicamente la venta de las 223 tiendas del acuerdo de venta de activos alcanzado con Alcampo, concluido durante el primer semestre del 2023, y la venta del negocio de Clarel.

DESGLOSE DE TIENDAS A CIERRE DEL 3T DE 2024

Desglose de tiendas ⁴ (en número de tiendas)	9M23	9M24	Var.	Var. (%)
España continuado ⁵	2,328	2,306	(22)	(0.9%)
Argentina	1,041	1,044	3	0.3%
Total Grupo continuado⁵	3,369	3,350	(19)	(0.6%)
España descontinuado ⁶	1,010	-	(1,010)	-
Portugal	459	-	(459)	-
Brasil	598	-	(598)	-
Total Grupo	5,436	3,350	(2,086)	-



Para más detalles, entre en contacto con:

Relaciones con Inversores

Investor.relations@diagroup.com

Medios de Comunicación

comunicacion@diagroup.com