

Grupo Dia Informe de Resultados 2022

23 de febrero de 2023



*Cada día
más cerca*

Nota legal

Esta presentación contiene declaraciones e información de carácter prospectivo relativas a Distribuidora Internacional de Alimentación, S.A. (DIA) y sus dependientes que se basan en las creencias actuales de la dirección de DIA, en sus principales expectativas e hipótesis, así como en la información de que dispone actualmente DIA y en sus proyecciones de acontecimientos futuros. Estas declaraciones prospectivas hacen referencia únicamente a la fecha en que se realizan, y se basan en la información, los conocimientos y las opiniones disponibles en la fecha en que se formulan; dichos conocimientos, información y opiniones pueden cambiar en cualquier momento. Estas declaraciones prospectivas se presentan a menudo, pero no siempre, mediante el uso de términos o expresiones como "anticipar", "creer", "poder", "podría", "puede", "predice", "potencial", "debería", "hará", "estimaré", "anticipa", "pronostica", "tiene previsto", "proyecta", "continuado", "en curso", "espera", "pretende" y otros términos o expresiones similares. Asimismo, pueden identificarse otras declaraciones de carácter prospectivo en el contexto en que se formulan las declaraciones o por la naturaleza prospectiva de los análisis relativos a las estrategias, planes o intenciones. Dichas declaraciones de carácter prospectivo, así como las incluidas en cualquier otro material examinado en cualquier presentación de la dirección, reflejan las opiniones actuales de DIA con respecto a los acontecimientos futuros y están sujetas a riesgos conocidos y desconocidos, incertidumbres e hipótesis fundamentales sobre DIA y sus dependientes e inversiones, incluidos, entre otros, el desarrollo de sus negocios, las tendencias de su industria operativa y los futuros gastos de capital. A la luz de estos riesgos, incertidumbres e hipótesis, es posible que no se produzcan los acontecimientos o circunstancias a las que hacen referencia las declaraciones prospectivas. Ninguna de las proyecciones, expectativas, estimaciones o perspectivas futuras que figuran en esta presentación debe considerarse como una previsión o promesa ni debe interpretarse como una indicación, garantía o seguridad de que los supuestos sobre los que se han preparado tales proyecciones, expectativas, estimaciones o perspectivas futuras sean correctos o exhaustivos o, en el caso de los supuestos, que se expongan íntegramente en la presentación. Los analistas, intermediarios e inversores actuales y futuros deben actuar únicamente con arreglo a su propio criterio profesional, teniendo en cuenta la presente nota legal y deben tener en cuenta que muchos factores podrían hacer que los resultados, el rendimiento o los logros reales de DIA y sus dependientes y cualquier información incluida en esta presentación sean materialmente diferentes a cualquier información, resultados, rendimiento o logros futuros que puedan ser expresados o implícitos en dichas declaraciones prospectivas, entre otros: cambios en las condiciones económicas, políticas, gubernamentales y comerciales generales a nivel mundial y en los países en los que operan DIA y sus dependientes; cambios en los tipos de interés; cambios en los tipos de inflación; cambios en los precios; tendencias que afecten a los negocios de DIA y sus dependientes, la situación financiera, los resultados de las operaciones o los flujos de efectivo; el impacto de la legislación y la regulación actual, pendiente o futura en los países en los que operan DIA y sus dependientes; adquisiciones, inversiones o desinversiones que DIA y sus dependientes puedan realizar en el futuro; planes de inversión de capital de DIA y sus dependientes; su disponibilidad estimada de fondos; su capacidad para pagar la deuda con flujos de efectivo futuros estimados; amenazas a la seguridad en todo el mundo y pérdidas de elementos de valor para los clientes; incapacidad para mantener unos entornos de trabajo seguros; efectos de catástrofes, desastres naturales, condiciones climáticas adversas, condiciones geológicas u otras condiciones físicas inesperadas, o actos delictivos o terroristas; percepción pública sobre el entorno de negocio y la reputación de DIA y sus dependientes; cobertura de seguros insuficiente y aumentos del coste de los seguros; pérdida de personal directivo y personal clave; uso no autorizado de la propiedad intelectual de DIA y denuncias de incumplimiento por parte de DIA o sus dependientes de la propiedad intelectual de otros; cambios en la estrategia de negocio y otros factores. Los riesgos e incertidumbres anteriores que podrían afectar a la información proporcionada en la presentación son casi imposibles de prever y predecir. Si se materializan uno o más de esos riesgos o incertidumbres, o si se produce cualquier otro riesgo desconocido, o si cualquiera de las hipótesis subyacentes resultara ser incorrecta, los resultados reales pueden variar materialmente de los descritos en el presente documento como anticipados, creídos, estimados, esperados o previstos. Ninguna parte pretende actualizar o revisar, ni asume ninguna obligación al respecto, estas declaraciones prospectivas, ya sea como resultado de nueva información, eventos futuros o de otro modo, ni de actualizar las razones por las que los resultados reales podrían diferir de los reflejados en las declaraciones prospectivas. DIA proporciona información sobre estos y otros factores que podrían afectar al negocio y a los resultados en los documentos que presenta a la CNMV (Comisión Nacional del Mercado de Valores) en España. Esta información está sujeta a, y debe ser leída conjuntamente con, el resto de la información disponible públicamente. Como resultado de estos riesgos, incertidumbres y suposiciones, no se debe confiar de forma indebida en las presentes declaraciones prospectivas como predicción de resultados reales o de otro tipo, y los administradores o directivos no son responsables de ninguna posible desviación que pueda surgir en cuanto a los diferentes factores que influyen en el rendimiento futuro de DIA. Ni DIA, ni sus administradores o directivos, ni sus representantes tendrán responsabilidad alguna por cualquier pérdida derivada del uso del presente documento o de su contenido, o que surja en relación con el presente documento. El presente documento no es apto para su divulgación general, publicación o distribución en cualquier jurisdicción en la que dicha distribución o divulgación contravenga la legislación vigente. Los presentes materiales no constituyen una oferta de venta, ni una solicitud de ofertas de compra o suscripción de valores en ninguna jurisdicción. Los valores a que se hace referencia en el presente documento no han sido, ni serán, registrados en virtud de la Ley de valores de Estados Unidos de 1933, en su forma enmendada, y no podrán ofrecerse ni venderse en Estados Unidos si no están registrados o si no existe una exención aplicable de los requisitos de registro. No está previsto registrar ninguna parte de ninguna oferta en Estados Unidos ni tampoco realizar una oferta pública de valores en Estados Unidos. Este documento se publica en español e inglés. En caso de discrepancia entre la versión en inglés y la versión en español, prevalecerá la versión en español.

Consideraciones iniciales de la Nota de Resultados

Las operaciones estratégicas de venta de tiendas de gran formato a Alcampo y la venta de Clarel, implican que, desde un punto de vista de las cuentas estatutarias, estas actividades aparezcan como “interrumpidas” (tanto para el año 2022 como para el año 2021), es decir, las magnitudes de estas tiendas (ventas, gastos, EBITDA...) no aparecen en las distintas líneas de la cuenta de resultados del Grupo si no en una línea resumen: “Resultado de las actividades interrumpidas”.

A efectos de las explicaciones de los resultados y para poder explicar la marcha del negocio, salvo que se indique lo contrario, se hace referencia a las magnitudes sin tener en cuenta la reclasificación a “interrumpidas”. En la información disponible en la página web corporativa de Grupo Dia se detallan las correspondencias necesarias entre las magnitudes de esta nota y las de las cuentas estatutarias.



índice

- 1** Carta del Presidente no ejecutivo
- 2** Carta del CEO
- 3** Grupo Dia de un vistazo
 - 3.1** Resumen visual de 2022
 - 3.2** Hitos principales de 2022
 - 3.3** Resumen ejecutivo de resultados 2022
- 4** Ejecución de las prioridades estratégicas durante 2022
- 5** Resultados consolidados de Grupo Dia en 2022
 - 5.1** Resultados operativos y financieros
 - 5.2** Gestión del capital y financiación
 - 5.3** Generación de cash flow
- 6** Evolución operativa y financiera por país
 - 6.1** España
 - 6.2** Argentina
 - 6.3** Portugal
 - 6.4** Brasil
- 7** ESG
- 8** Hechos relevantes del periodo y posteriores al cierre
- 9** Grupo Dia en Bolsa
- 10** Anexos

01.

Carta del Presidente no ejecutivo



*Cada día
más cerca*



2022, un punto de inflexión

Grupo Dia ha cerrado un año **clave en el despliegue de su estrategia de proximidad**. El ejercicio 2022 ha puesto ante nosotros un escenario económico complejo, marcado por la inflación y el encarecimiento de materias primas, combustibles y energía. Pese a ello, **los avances logrados en el negocio, junto con la positiva valoración de nuestros clientes y franquiciados, y el apoyo que recibimos de nuestros accionistas** muestran que este año lleno de desafíos geopolíticos y económicos ha sido también un punto de inflexión para la compañía que nos permite afirmar que estamos en una **nueva fase de aceleración hacia el crecimiento**.

Grupo Dia tiene más de 40 años de historia, décadas de aprendizaje y experiencia en la distribución alimentaria de proximidad, el corazón de su negocio. Con cerca de 5.700 tiendas propias y franquiciadas en España, Argentina, Brasil y Portugal, somos una red líder en tiendas de proximidad que, con un gran equipo de más de 33.400 personas, ofrecemos cada día nuestra mejor versión para ofrecer gran calidad al alcance de todos.

Hemos cumplido una hoja de ruta que apuesta por la esencia de Dia, la proximidad, y que, poniendo al cliente en el centro, ha logrado una **profunda redirección del negocio** que ha consolidado un modelo y una propuesta de valor ganadores que **nos acerca al final del proceso de turnaround de la compañía**.

Un nuevo Dia

Cerramos 2022 con un avance tanto en **Ventas Netas como en el número de tickets**, datos que refrendan que los clientes valoran y confían en este **Nuevo Dia**. Hemos cerrado el ejercicio con un **EBITDA ajustado de 200 millones de euros**, 76 millones de euros más que 2021, y un margen de EBITDA ajustado de 2,8% sobre Ventas Netas, 0,9pp mejor que 2021, lo que muestra que el esfuerzo de los últimos tres años ha servido para afianzar la positiva evolución del negocio, apoyado en una **estructura de capital sólida y sostenible y con el respaldo y visión industrial de nuestro accionista mayoritario**. ▶

1 Carta del Presidente no ejecutivo (II)

Considero apropiado destacar también los **éxitos logrados con la mejora de la calidad de nuestra marca Dia**, una opción que los consumidores ya reconocen y valoran por su propuesta de valor a precios asequibles, algo clave en contextos complejos como el que atraviesan los hogares ahora mismo. Los reconocimientos a su calidad por parte de expertos independientes y el **incremento en el peso de la cesta de la compra** muestran que nuestra apuesta ha sido la acertada. La marca Dia ocupa un espacio muy relevante en las despensas de nuestros más de **14 millones de clientes fidelizados a nivel Global** y nos enorgullece ser parte del día a día de las familias con propuestas adaptadas a las tendencias del mercado y a sus necesidades.

Estrategia de proximidad

Además, durante 2022 anunciamos **dos operaciones clave para el Grupo que afectan al mercado**

español: la venta de un grupo de tiendas de gran formato a Alcampo y la venta de Clarel, la unidad de negocio dedicada al cuidado personal y del hogar. Ambas decisiones están **alineadas con nuestra estrategia de proximidad** y nos permiten centrarnos en el corazón del negocio, la distribución alimentaria, con foco en lo que sabemos hacer bien: ser la tienda de barrio en la que el cliente puede hacer una compra completa, fácil y rápida, con productos frescos y una marca Dia de gran calidad al alcance de todos.

Junto con estos progresos del negocio, en agosto de 2022, tomamos otra decisión clave para el futuro del Grupo: **definir un nuevo modelo de liderazgo reforzado y renovado** acorde a las necesidades de la nueva fase de la compañía. Así, el rol de presidente ejecutivo que asumí en mayo de 2020, ha evolucionado al de presidente no ejecutivo del Grupo, y Martín Tolcachir, anterior CEO de Dia

Argentina, fue nombrado CEO Global del Grupo con una misión clara: incrementar los resultados apoyado en una estrategia actualizada y unas prioridades definidas. Esta diferenciación de roles, habitual en compañías cotizadas, servirá para dar continuidad general a la estrategia que ha logrado redireccionar el rumbo de la compañía y dará un impulso adicional para conseguir nuestros objetivos marcados en el corto y medio plazo.

Quiero cerrar esta carta, trasladando mi más sincero **agradecimiento** a nuestros empleados, que lo han hecho posible. También a nuestros clientes; colaboradores de tienda, almacén y oficina; franquiciados y sus colaboradores; proveedores e inversores. Gracias por confiar en nuestra visión y ayudarnos a construir este **Nuevo Dia**.

En este 2023, un año que se plantea no menos desafiante que el anterior, seguiremos trabajando

para que **Grupo Dia acelere su crecimiento** y se convierta en la tienda de barrio y online favorita de los clientes. Para lograrlo, pondremos nuestro foco en terminar la transformación de la red de tiendas en España y Argentina, en crecer de la mano de nuestros franquiciados y en seguir desarrollando una experiencia para nuestros clientes de primer nivel, ofreciendo respuestas a sus necesidades cómo y cuando necesiten, aprovechando la potente palanca del canal online para llevar aún más lejos nuestros productos de gran calidad a precios asequibles.



Stephan DuCharme
Presidente No Ejecutivo
Grupo Dia

02.

Carta del CEO



*Cada día
más cerca*





Apuesta por la proximidad

El ejercicio 2022 ha supuesto **un desafío y un claro punto de inflexión para el negocio de Grupo Dia**. Para una compañía que atesora más de cuatro décadas de experiencia en la distribución alimentaria de proximidad, un contexto complejo como el que atravesamos es, más que nunca, el momento para mostrar a nuestros clientes que estamos **cada día más cerca para ofrecer gran calidad al alcance de todos**.

La profunda **redirección del negocio** que comenzamos en 2019 nos ha traído hasta hoy, hasta este **Nuevo Dia**, un momento que nos permite afirmar que estamos al final del proceso de *turnaround* de la compañía.

Con nuestro **propósito como guía y apostando por nuestra esencia, la proximidad**, hemos afianzado nuestra operación gracias a unos sólidos pilares.

El cliente es nuestra pasión. Somos la tienda de barrio en la que

millones de personas confían para hacer sus compras cada día. Trabajamos cada día para lograr que su experiencia y satisfacción sea de primer nivel. Por eso, **el primer pilar de este Nuevo Dia es ofrecer una propuesta de valor diferencial**: nuestro nuevo modelo de tienda, ya operativo en un 60% de la red de proximidad a nivel global, que permite hacer una compra completa, fácil y rápida, se ve fortalecido por la optimización de nuestro surtido, la gran presencia de productos frescos de proveedores locales y nuestra marca Dia, con la que ofrecemos gran calidad a precios asequibles y damos respuesta a las necesidades de nuestros clientes. Queremos que todos, sin importar dónde vivan o su presupuesto, puedan **comer mejor cada día**.

El segundo pilar es el fortalecimiento de nuestra relación con nuestros franquiciados, aliados importantes en el despliegue de nuestra estrategia de proximidad. Casi la

mitad de nuestra red de tiendas a nivel global están gestionadas por franquiciados locales que comparten nuestro compromiso con el cliente y nuestros valores. Y gracias al nuevo modelo de 'partnership' desplegado en toda la red desde 2020, hemos forjado relaciones de confianza ganadoras, para ambas partes, de las que nos sentimos orgullosos.

El tercer pilar lo constituye la transformación digital y tecnológica de la compañía para hacer más eficiente la operación y para impulsar la generación de valor de nuestro canal online, una palanca clave para nuestra estrategia de proximidad. ▶

2 | Carta del CEO (II)

Y para construir este sueño compartido, tenemos un equipo, grande y diverso, de más de 33.400 personas, localizados en cuatro países. Nuestros profesionales sienten la pasión por el cliente, y están comprometidos con los resultados que, con espíritu de colaboración y de simplificar lo complejo, ofrecen cada día su mejor versión para lograr un crecimiento continuo. Esos son los **valores renovados que nos mueven en este Nuevo Día** y que, como **CEO Global del Grupo desde el pasado mes de agosto**, tengo el privilegio de ver en nuestro trabajo diario.

2022, un año de crecimiento y transformación.

Los **datos a cierre de año muestran un crecimiento consistente que avala el éxito de nuestra propuesta de valor**. En **España** hemos remodelado más de 800 tiendas durante 2022 y ya

tenemos el 88% de la red de proximidad operando bajo el nuevo modelo; además, hemos abierto 23 tiendas nuevas y el primer almacén de nueva generación en Illescas, mostrando que estamos preparados para recuperar un terreno cedido en este mercado. Como evidencia de ello, es la ganancia de cuota de mercado al cierre del año en superficie comparable. Nuestro e-commerce llega ya al 82% de la población y la satisfacción de nuestros franquiciados muestran el acierto de la nueva relación de *partnership*, ganadora para ambas partes.

La buena marcha del negocio en **Argentina**, con una *performance* de las tiendas renovadas del 18% por encima de las no renovadas, nos ha permitido acelerar y realizar 101 aperturas en el último año, elevando la red total a 994 tiendas, avanzando en cuota de mercado en el Gran Buenos Aires. Además, en nuestro canal online, disponible en un 56% más de tiendas, hemos

activado nuevas opciones de envío para mejorar aún más la experiencia de nuestros clientes y ofrecerles soluciones de servicio adaptadas a sus necesidades.

En **Portugal**, por su parte, ha sido un año muy relevante en términos de satisfacción del cliente y de nuestros franquiciados, y donde en un contexto complejo y con reducción del parque de tiendas han mantenido las ventas en el nivel del año anterior.

En **Brasil**, pese a los casi 130 cierres realizados al inicio de 2022, las ventas netas han avanzado un 11%, hasta los 890 millones de euros, y se ha actualizado la propuesta de valor para nuestros clientes con el diseño de una tienda prototipo y el impulso de unos piloto de tiendas que ya muestra una clara mejora en desempeño.

Desde aquí, agradezco el enorme esfuerzo de nuestros **equipos, franquiciados y proveedores** en este tiempo. Este Nuevo Día se ha

logrado gracias a su compromiso y a una guía estratégica clara. Agradecer también la **confianza de nuestros clientes e inversores**. Día ha superado una etapa convulsa y, somos conscientes de que queda mucho trabajo por hacer, pero saber que estamos en la senda adecuada para acelerar el crecimiento de la compañía, nos impulsa para afrontar los desafíos que nos presente 2023.

Los grandes desafíos requieren del **liderazgo adecuado**, y Grupo Día lo tiene. Esta nueva etapa en la que estamos inmersos nos invita a estar aún más cerca del negocio y a reflexionar sobre cómo podemos acelerar el crecimiento. La necesidad de ser **más estratégicos, ágiles y menos burocráticos nos ha hecho plantear un cambio en la estructura del equipo Global** y ajustar los equipos, empezando por el propio Comité de Dirección. El foco de la compañía está en la consecución de resultados y, como siempre, el Comité de Dirección

encuentra el apoyo necesario en el Consejo de Administración, un órgano formado por una mayoría de miembros independientes con un bagaje y una visión multidisciplinar capaz de retarles para impulsar a la compañía.

Este año el foco de Grupo Día **será cerrar el proceso de turnaround**.

Nuestra esencia es la proximidad y en 2023, además de buscar el crecimiento de nuestra red de tiendas, seguiremos avanzando en la extensión de nuestro canal online para estar cada día más cerca de nuestros clientes, con nuestro surtido de gran calidad al alcance de todos, dónde y cuándo lo necesiten.



Martin Tolcachir
CEO Global
Grupo Día

03.

Grupo Dia de un vistazo



*Cada día
más cerca*



3 Grupo Dia de un vistazo

3.1 Resumen visual de 2022 (I)

Evolución Tiendas¹



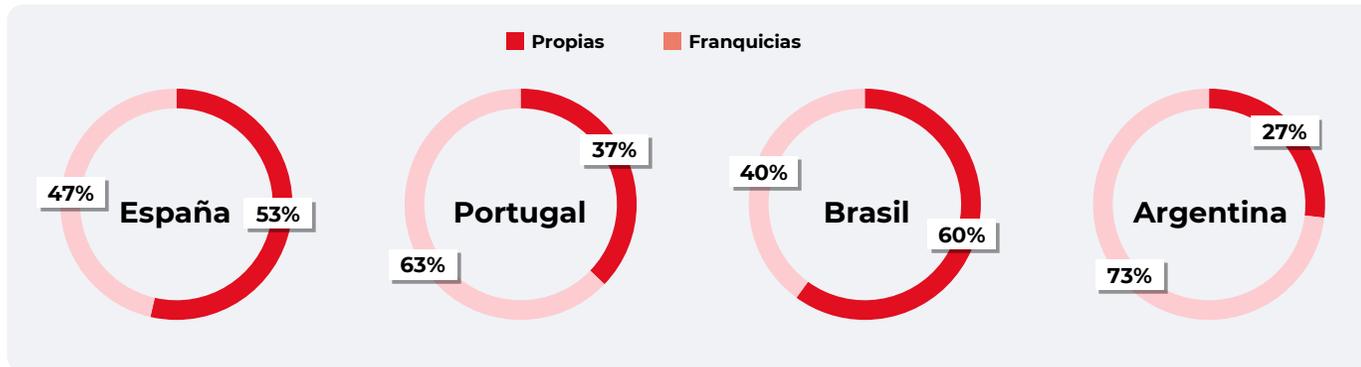
6 Tiendas reformadas



255 Tiendas reformadas

101 Nuevas aperturas

Tiendas propias vs. franquicias



Superficie total Grupo Dia: 2.146 m²

Cifras en miles m²



(1) Durante el ejercicio 2022, incluyendo Clarel y tiendas de gran formato que serán traspasadas a Alcampo
 Datos a 31 de diciembre de 2022

3 Grupo Dia de un vistazo



3.1 Resumen visual de 2022 (II)

- Las **ventas netas avanzan** un 9,6% comparado con 2021, hasta 7.286 millones de euros, con un impulso del 7,3% en las ventas like-for-like del cuarto trimestre (5,7% en el año completo).
- **En España, las ventas brutas bajo enseña avanzan** un 6,3%, hasta los 5.317 millones, y las **ventas comparables se elevan** un 11,6% en el cuarto trimestre (7,3% en el año completo), ganando cuota de mercado.
- **Mejora el EBITDA Ajustado** hasta los 200 millones de euros, con un margen del 2,8% (0,9pp mejor que 2021).
- **Grupo Dia mejora el resultado neto en 133 millones de euros, reduciendo las pérdidas a la mitad**, de 257 a 124 millones de euros.
- **España y Argentina están en la fase final de su transformación.**
- **Continúa el desapalancamiento de la compañía**, reduciendo el leverage ratio al 2,7x a pesar del esfuerzo inversor para avanzar en la transformación del negocio en España y Argentina.

3 Grupo Dia de un vistazo

El ejercicio 2022 ha confirmado el cambio de tendencia del negocio, con una mejora en todas las variables operacionales y financieras. Todas las medidas que se han impulsado para lograr una profunda redirección de la compañía están teniendo su efecto y este Nuevo Dia es ya una realidad en España y Argentina, que han registrado excelentes resultados en venta y margen de EBITDA.

La estrategia de la compañía está centrada en la distribución alimentaria de proximidad. El objetivo es ser la tienda de barrio en la que hacer una compra completa, de forma fácil y rápida, y para lograrlo se ofrece un amplio surtido en el que conviven las marcas de fabricante, los productos frescos de proveedores locales y una marca Dia de gran calidad. Esta propuesta de valor diferenciadora ha demostrado ser la acertada también en un entorno macroeconómico como el actual, como se refleja en la satisfacción y

aceptación de los clientes.

El efecto inflacionario ha sido uno de los factores que han marcado el ejercicio 2022, alcanzando un 5,7% en España; 9,6% en Portugal; 5,8% en Brasil y 94,8% en Argentina. Este escenario de elevada inflación comenzó a generarse en 2021 derivado de las secuelas de la pandemia del Covid-19 y las interrupciones en la cadena de suministro, y se ha agravado en 2022 como consecuencia de la guerra en Ucrania.

En este entorno, las Ventas Netas del Grupo han avanzado 9,6% respecto a 2021, con un like-for-like positivo anual en todos los mercados en los que opera la compañía y con una mejora en el margen de EBITDA ajustado alcanzando el 2,8%, frente al 1,9% con el que cerró el año anterior.

El resultado neto del Grupo mejoró en 133 millones de euros, reduciendo las pérdidas a la mitad, hasta los -124 millones de euros,

teniendo en cuenta deterioros de inversión en Clarel y Brasil por importe de 32 millones de euros.

El endeudamiento financiero neto ha aumentado en el ejercicio un 35%, alcanzando los 544 millones de euros, como consecuencia, fundamentalmente, del esfuerzo inversor realizado durante el año.

En este sentido, durante el ejercicio se han remodelado casi 1.100 tiendas y realizado 128 aperturas, principalmente enfocadas en España y Argentina. Además, en Brasil, durante el último trimestre del año se han implementado varias tiendas piloto bajo la nueva propuesta de valor.

Con estas aperturas y reformas, el 88% de la red de proximidad en España y el 55% de la red en Argentina está plenamente transformada, esperando concluir el proceso de remodelación durante 2023.

3.3 Resumen ejecutivo de resultados 2022

Magnitudes operativas Grupo Dia	2022	2021	% Var.
Total Tiendas	5.699	5.937	(4,0)
Total Tiendas Propias	2.752	3.227	(14,7)
Total Franquicias	2.947	2.710	8,7
Nº de Tiendas Reformadas durante el ejercicio	1.070	1.080	(1,5)

Magnitudes financieras	2022	2021	% Var.
Ventas Brutas	8.900	8.767	1,5
Ventas Netas	7.286	6.648	9,6
EBITDA Ajustado	200	124	61,2
EBIT	(123)	(176)	(30,3)
Resultado Neto	(124)	(257)	(51,9)

Indicadores financieros	2022	2021	Var p.p.
% Margen EBITDA Ajustado	2,8	1,9	0,9
% Margen EBIT	(1,7)	(2,6)	1,0
% Margen Resultado Neto	(1,7)	(3,9)	2,2
Deuda Financiera Neta¹/EBITDA Ajustado	2,7x	3,2x	(0,5x)

(1) Excluyendo efecto NIIF16

04.

Ejecución de las prioridades
estratégicas durante 2022



*Cada día
más cerca*



4 | Ejecución de las prioridades estratégicas durante 2022 (I)

El ejercicio 2022 ha supuesto la consolidación de un cambio que comenzó en 2019 con el impulso de una profunda revisión del modelo operativo y que ha supuesto enfocar la estrategia y la propuesta de valor para el cliente en la gran fortaleza de Grupo Dia: la proximidad.

La compañía, que desde mayo de 2020 ha cumplido de forma sistemática su hoja de ruta estratégica a nivel comercial, operacional y de transformación digital y tecnológica, ha logrado en el último ejercicio una mejora de todas las variables operacionales y financieras. En el último año, se han realizado avances significativos que permiten afirmar que el proceso de *turnaround* está cerca de finalizar:

- De las 5.699 tiendas del Grupo Dia al cierre de 2022, la compañía cuenta con 2.323 operando bajo el nuevo modelo, el 60% de su red de proximidad a nivel global. En España hay 1.660 tiendas operando bajo el nuevo modelo, el 88% de su red de proximidad¹;

en Argentina hay 551 tiendas de este nuevo modelo y en Portugal 112 que con su positivo desempeño muestran el éxito de la apuesta de Dia por la tienda de barrio.

- El año ha estado marcado por el encarecimiento de materias primas, combustibles y energía, un escenario de incertidumbre política y económica que ha influido en el comportamiento del cliente, que ha incrementado su frecuencia de visita a tienda, pero hace compras de menor importe. El número de tickets ha mantenido una tendencia de crecimiento a lo largo del año, con un avance del 6,7% anual a nivel Grupo, confirmando la bondad del modelo de proximidad de Dia. El importe de la cesta media se ha reducido un 0,9% en el año a nivel global.
- La compañía ha seguido trabajando en el desarrollo continuo de un surtido ideal, con una clara apuesta por los productos frescos y de

proveedores locales y que atendiendo a las necesidades del consumidor y el cambio de tendencias, ofrezca una respuesta de gran calidad al alcance de todos a nivel nacional, regional e incluso local en cada país en el que opera.

- Asimismo, se ha avanzado en la renovación de la calidad de la marca Dia sumando en España 690 nuevas referencias en 2022 y elevando la cifra total a 1.810 desde 2020, equivalente a la renovación del 83% del portfolio de marca propia, y 2.700 referencias a nivel Global. El incremento del peso de la marca Dia en la cesta de nuestros clientes ratifica su percepción como una marca moderna y de calidad que gracias a unos precios asequibles se convierte en la aliada de los hogares en momentos complejos como el actual.

Tienda Original



Tienda Remodelada



(1) Excluyendo tiendas Maxi, La Plaza y Clarel.

4 | Ejecución de las prioridades estratégicas durante 2022 (II)

- El nuevo modelo de 'partnership' con los franquiciados anunciado en 2020 está plenamente desplegado en España, Argentina y Portugal, y avanzando en Brasil. Esta relación ganadora para ambas partes ha permitido al Grupo mejorar la satisfacción de los franquiciados para así seguir incrementando su red de franquicias hasta las 2.947 tiendas a nivel Global, el 52% de la red frente al 46% de 2021. Sobre el total de la red de proximidad los franquiciados representan el 66% del total.
- Respecto a la transformación digital y tecnológica, la compañía ha avanzado en la optimización de sus procesos y en el despliegue de su canal online, que ya representa el 2,4% del total de la venta, siendo además una palanca estratégica para el despliegue de la estrategia de proximidad y para cumplir nuestro propósito de estar cada

día más cerca de nuestros clientes.

- Destaca la presencia reforzada en España, donde ya se ofrece la opción de la venta online al 82% de la población; La implementación de nuevos servicios de entrega exprés en Argentina; y la apertura del canal de compra por WhatsApp en Brasil, iniciativas impulsadas para garantizar una experiencia de compra de primer nivel.
- El Club Dia cuenta ya con más de 14,3 millones clientes, a los que ofrece ofertas orientadas por perfil y tipo de consumidor, lo que nos permite dar una respuesta adaptada a las necesidades de cada cliente.

Además, durante 2022 se han anunciado dos operaciones clave para el Grupo que afectan al mercado español y que orientan aún más la estrategia hacia su fortaleza, la proximidad: la venta de

un grupo de tiendas de gran formato a Alcampo y la venta de Clarel, la unidad de negocio dedicada al cuidado personal y del hogar. Ambas operaciones están pendientes del cumplimiento de una serie de hechos, con la expectativa de cerrar ambos procesos durante 2023.

Consciente de que aún quedan desafíos que abordar, el Grupo considera que los retos que plantea el entorno actual son una oportunidad para cumplir con su propósito de cercanía y lograr su ambición de ser la tienda de barrio y online favorita de los clientes gracias a su propuesta de valor diferencial. Con un liderazgo renovado y reforzado tras el nombramiento de Martín Tolcachir como CEO Global del Grupo en agosto de 2022, la compañía avanza con una estrategia renovada con el objetivo de acelerar el crecimiento del negocio y finalizar el *turnaround* en 2023.



05.

Resultados consolidados
de Grupo Dia en 2022



*Cada día
más cerca*



5 Resultados consolidados de Grupo Dia en 2022

Las **Ventas Netas del Grupo** se han incrementado 9,6%, creciendo en todos los mercados. Los ingresos provenientes de tiendas propias representan un 60,2% de las Ventas Netas del Grupo, frente al 35,5% de tiendas en franquicia y el 4,3% de la actividad online y otros.

Las **Ventas Comparables (Like-for-Like)** del Grupo alcanzaron un 5,7%, mostrando un crecimiento consistente de nuestros negocios apoyado en una propuesta de valor diferencial para los clientes. Esta cifra se alcanzó como resultado de tres trimestres consecutivos de incremento en ventas comparables y positivo en el acumulado de los últimos 9 meses en todos los mercados en los que opera.

El **Beneficio Bruto**, a pesar de crecer 6,1% frente a 2021, se redujo (como porcentaje de Ventas Netas) al 21,7% desde el 22,4% interanual impactado por la inflación, al aumento de tiendas franquiciadas y al crecimiento de la participación de nuestra marca

propia en la cesta.

Los **Gastos de personal** descendieron un 0,9pp hasta el 9,5% como porcentaje de las Ventas Netas, a pesar de los aumentos salariales afectados por la inflación y por el volumen de tercerización.

Los **Otros gastos de explotación y arrendamientos** se incrementaron del 6,5% al 6,7% como porcentaje de las Ventas Netas, fuertemente impactados por el aumento del coste de la electricidad, que ha supuesto 20 millones de euros adicionales en España y de los carburantes, que supusieron un incremento de costes de 17 millones de euros frente a 2021 sólo en España.

El **EBITDA** ha crecido 16,3% frente a 2021 y mejora al 4,8% de las Ventas Netas (0,3pp mejor que 2021) debido a la reducción de los costes derivado de los cierres de tiendas menos rentables y las tercerizaciones llevadas a cabo en 2022, así como a la reducción en los costes de reestructuración, que han

5.1 Resultados operativos y financieros

neutralizado el impacto del menor Beneficio Bruto.

El **EBITDA ajustado** alcanzó el 2,8% como porcentaje de las Ventas Netas, lo que supone una mejora de 0,9pp frente a 2021. En términos absolutos, el EBITDA ajustado ha sido de 200 millones de euros, un aumento de 76 millones de euros, lo que refleja los resultados positivos de la mejora de la gestión operativa en curso y el control de costes.

El **Resultado Neto** se situó en -124 millones de euros, lo que representa una mejora de 133 millones de euros respecto al cierre del año 2021. Esta mejora se debe principalmente al mayor EBITDA y al resultado financiero neto positivo explicado por la mejora de los ingresos financieros junto con una reducción de los gastos financieros y un efecto positivo del impacto de la inflación en los activos monetarios.

Cuenta de resultados sin reclasificación por actividades interrumpidas

(En millones de euros)

	2022	2021	% Var.
% Crecimiento Ventas comparables Like for Like	5,7%	(3,6%)	9,3pp
Ventas Brutas Bajo Enseña	8.900	8.767	1,5
Ventas Netas	7.286	6.646	9,6
Beneficio Bruto	1.580	1.489	6,1
EBITDA Ajustado	200	124	61,2
EBITDA	348	299	16,3
EBIT	(123)	(176)	30,3
Resultado Neto	(124)	(257)	51,9

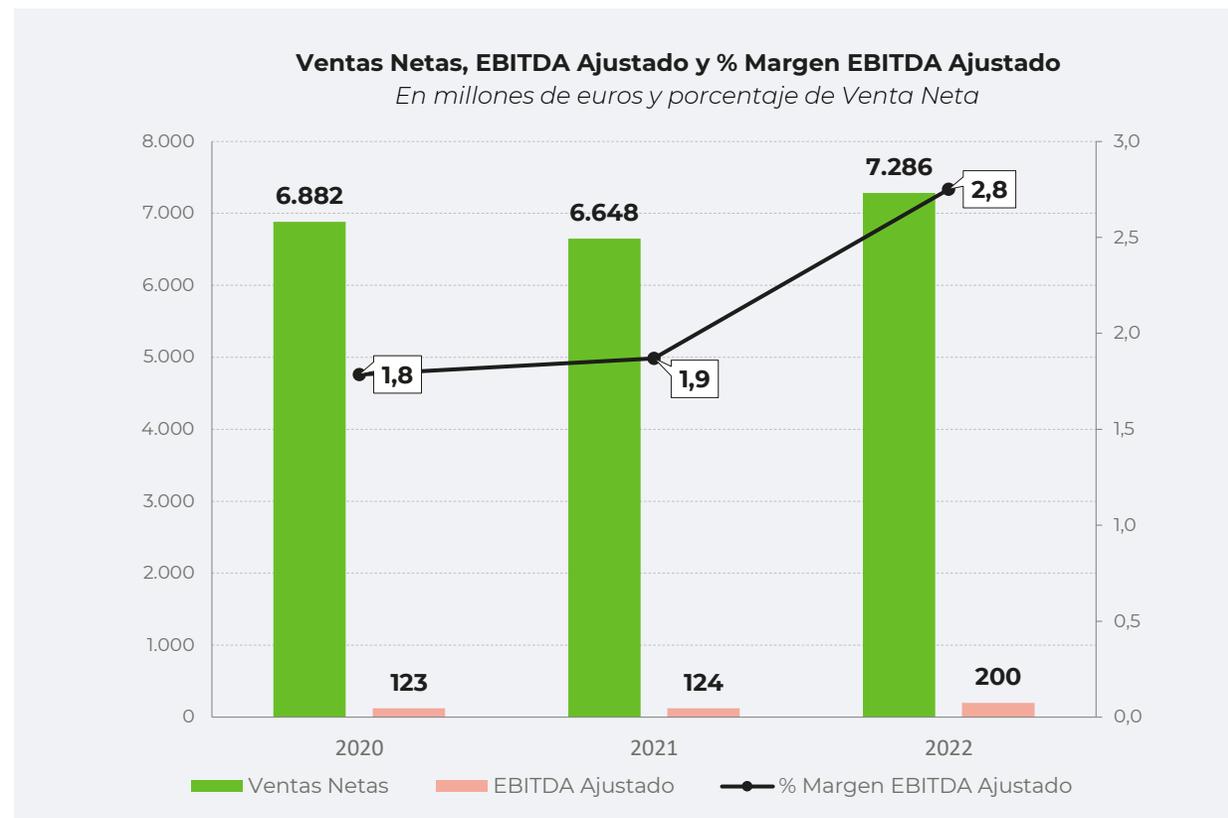
5 Resultados consolidados de Grupo Dia en 2022

5.1 Resultados operativos y financieros

Cuenta de resultados sin reclasificación por actividades interrumpidas

(En millones de euros)

	2022	% Venta Neta	2021	% Venta Neta	% Var.
Ventas brutas bajo enseña	8.900		8.767		1,5
Crecimiento de ventas comparables %	5,7%		(3,6%)		
Ventas netas	7.286	100,0%	6.648	100,0%	9,6
Coste de ventas y otros ingresos	(5.706)	(78,3%)	(5.159)	(77,6%)	10,6
Beneficio Bruto	1.580	21,7%	1.489	22,4%	6,1
Gastos de personal	(693)	(9,5%)	(693)	(10,4%)	0,0
Otros gastos de explotación y arrendamientos	(490)	(6,7%)	(431)	(6,5%)	(13,8)
Costes de reestructuración y LTIP	(49)	(0,7%)	(67)	(1,0%)	26,0
EBITDA	348	4,8%	299	4,5%	16,3
Amortizaciones	(396)	(5,4%)	(393)	(5,9%)	(0,8)
Deterioro de activos no corrientes	(50)	(0,7%)	(59)	(0,9%)	15,4
Resultados por bajas de activos no corrientes	(24)	(0,3%)	(23)	(0,3%)	(6,1)
EBIT	(123)	(1,7%)	(176)	(2,6%)	30,3
Resultado financiero neto	33	0,4%	(68)	(1,0%)	148,4
Pérdidas antes de impuestos de actividades continuadas	(90)	(1,2%)	(244)	(3,7%)	63,0
Impuesto sobre beneficios	(34)	(0,5%)	(14)	(0,2%)	(143,9)
Pérdidas después de impuestos de actividades continuadas	(124)	(1,7%)	(257)	(3,9%)	51,9
Operaciones discontinuadas	-	0,0%	-	0,0%	n/a
Resultado Neto Atribuible	(124)	(1,7%)	(257)	(3,9%)	51,9



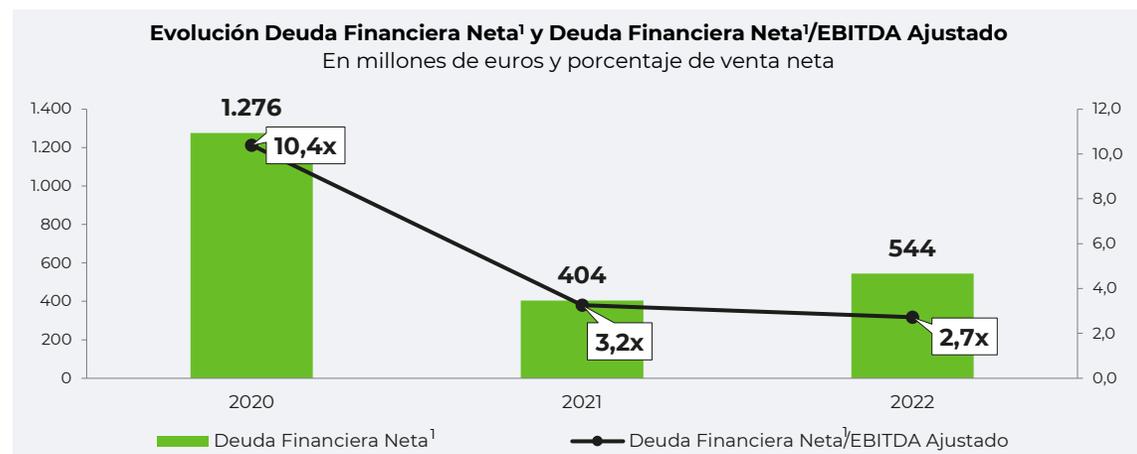
5 Resultados consolidados de Grupo Dia en 2022

A 31 de diciembre de 2022, el saldo de los **fondos propios en los estados financieros individuales de la Sociedad Dominante** (que son los que se utilizan para calcular la obligación de disolución legal o de ampliación de capital) ascienden a **667 millones de euros** (834 millones de euros a diciembre de 2021) afectado por un deterioro de 180 millones de euros de la inversión en la filial brasileña.

La **Deuda Financiera Neta Total**¹ se incrementó en 140 millones de euros

durante 2022 hasta los 544 millones de euros, debido al aumento del esfuerzo inversor para transformar el negocio, compensado este, en menor medida, por el flujo de caja de las operaciones y la mejora del capital circulante.

El ratio de endeudamiento¹ del Grupo (Deuda Financiera Neta/EBITDA ajustado) a cierre del **ejercicio 2022 es de 2,7x**, lo que supone una mejora con respecto al endeudamiento del año anterior (**3,2x a 31/12/2021**).



5.2 Gestión del capital y financiación (I)

Conciliación Deuda Financiera Neta

(En millones de euros)

	31/12/2022	31/12/2021	% Var.
Deuda financiera no corriente	1.010	1.023	(1,3)
Deuda financiera corriente	279	273	2,3
Efectivo y equivalentes al efectivo	(216)	(361)	(40,2)
Derivados de cobertura de tipos de interés	(4)	-	n/a
Total Deuda Financiera Neta	1.068	935	14,3
Efecto de arrendamientos (deuda) (NIIF16)	(524)	(530)	(1,2)
Deuda Financiera Neta (excl. efecto NIIF16)	544	404	34,6

Balance de situación²

(En millones de euros)

	31/12/2022	31/12/2021	% Var.
Activo no corriente	1.903	2.018	(5,7)
Existencias	418	452	(7,6)
Deudores comerciales y otras cuentas a cobrar	199	178	11,9
Otros activos corrientes	76	62	23,9
Efectivo y equivalentes al efectivo	216	361	(40,2)
Activos no corrientes mantenidos para la venta	309	-	n/a
Total activo	3.121	3.071	1,6

Patrimonio neto total	8	94	(91,9)
Deuda financiera no corriente	1.010	1.023	(1,3)
Deuda financiera corriente	279	273	2,3
Acreedores comerciales y otras cuentas a pagar	1.329	1.275	4,3
Provisiones y otros pasivos	418	407	2,7
Pasivos ligados a activos disponibles para la venta	78	-	n/a
Total patrimonio neto y pasivo	3.121	3.071	1,6

(1) Excluyendo efecto NIIF16.

(2) Con ajuste de reclasificación por actividades interrumpidas (clasificados como activos/pasivos mantenidos para la venta)

5 Resultados consolidados de Grupo Dia en 2022

Perfil de vencimientos de deuda bruta real a 31 de diciembre de 2022 (exc. efecto NIIF16) por importe de 764 millones de euros.

A 31 de diciembre de 2022, el vencimiento más relevante de la deuda financiera bruta corresponde a las financiaciones sindicadas (peso del 73% de la deuda bruta global) y vence en tres años (31 de diciembre de 2025) y el 15% de la deuda financiera bruta vence en menos de un año:

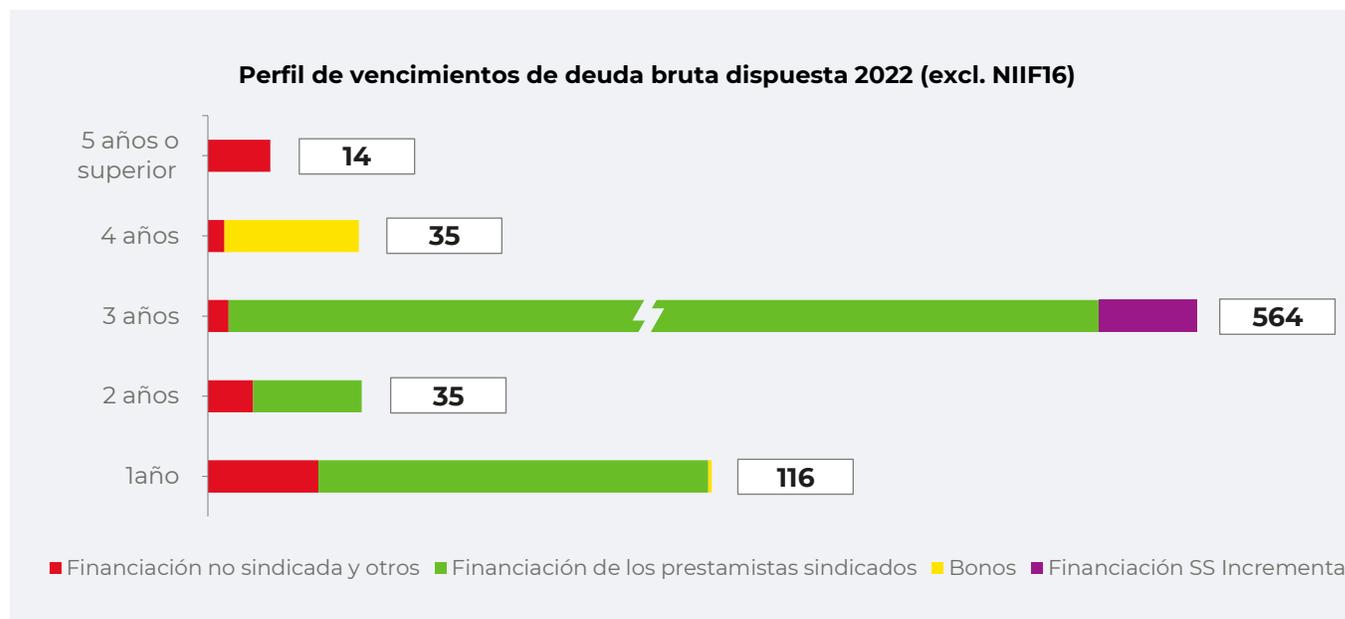
- Financiación de Prestamistas Sindicados: 90 millones durante 2023, 25 millones en marzo de 2024 y 537 millones en diciembre de 2025.
- Financiación no sindicada y otros: 25 millones en 2023, 10 millones en 2024 y en adelante, 23 millones.
- Financiación Super Senior: 23 millones en diciembre de 2025.
- Bonos y Obligaciones: 31 millones en Junio de 2026. Vida Media: 3,5 años

En noviembre de 2022, el Grupo llegó a un acuerdo con los acreedores sindicados para repagar 97 millones de euros adicionales una vez alcanzado el cierre de la operación de venta de tiendas de gran formato a Alcampo, pudiéndose incrementar hasta un máximo de 11 millones de euros suplementarios en función de las tiendas que finalmente se transmitan.

5.2 Gestión del capital y financiación (II)

Perfil de vencimientos de deuda bruta

(En millones de euros)	2023	2024	2025	2026	2027 en adelante	Total
Financiación no sindicada y otros	25	10	5	4	14	59
Financiación de los prestamistas sindicados	90	25	537	-	-	651
Bonos	1	-	-	31	-	32
Financiación SS Incremental	-	-	23	-	-	23
Total	116	35	564	35	14	764

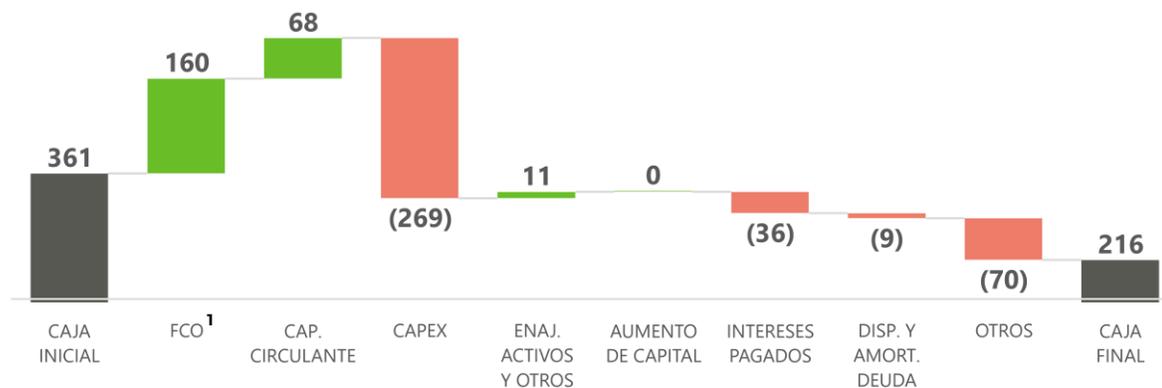


5 Resultados consolidados de Grupo Dia en 2022

El flujo de efectivo durante el año 2022 tuvo un consumo de 145 millones de euros comparado con los 243 millones de euros del año anterior, excluyendo la ampliación de capital realizada en 2021. Lo que supone una disminución del uso de la caja en 98 millones de euros explicado por:

- El incremento del flujo de efectivo de las actividades de explotación en 114 millones de euros
- Una mejora de las actividades de financiación por 87 millones de euros (excluyendo la ampliación de capital), fundamentalmente por una reducción de los gastos financieros y la menor disposición de líneas de financiación.
- Todo ello logró compensar el aumento de 86 millones de euros en CAPEX (incluyendo enajenación de activos fijos y otros) con respecto a 2021, en línea con el proceso de transformación y expansión del negocio.

Evolución flujos de caja 2022
En millones de euros



5.3 Generación de cash flow (I)

Resumen de Flujos de Efectivo

(En millones de euros)

Flujos de efectivo de las actividades de explotación	2022	2021	Valor Var.
Efectivo Neto de operaciones antes de cambios en el capital circulante	430	347	83
Variación en el capital circulante	68	35	33
Cambios en otras cuentas a cobrar y pagar	(30)	(28)	(2)
Total Flujos de efectivo de las actividades de explotación	468	354	114

Flujos de efectivo de las actividades de inversión	2022	2021	Valor Var.
Inversión en activos fijos	(269)	(246)	(24)
Enajenaciones de activos fijos y otros	11	74	(64)
Total Flujos de efectivo de las actividades de inversión	(259)	(172)	(87)

Flujos de efectivo de las actividades de financiación	2022	2021	Valor Var.
Aumento de capital	-	257	(257)
Disposiciones y amortizaciones de deuda	(9)	(91)	82
Intereses pagados y otros gastos financieros	(36)	(65)	30
Pago por arrendamientos financieros	(270)	(273)	2
Otros	(3)	14	(17)
Total Flujos de efectivo de las actividades de financiación	(318)	(157)	(160)
Diferencias de cambio netas	(37)	(11)	(26)
Aumento/Disminución neta del efectivo o equivalentes	(145)	14	(159)
Efectivo o equivalentes al comienzo del periodo	361	347	14
Efectivo o equivalentes al final del periodo	216	361	(145)

(1) FCO calculado como "Efectivo Neto de Operaciones antes de Cambios en Capital Circulante" menos "Pago de Arrendamientos Financieros"

5 Resultados consolidados de Grupo Dia en 2022

El capital circulante a nivel Grupo durante 2022 se mantuvo estable con una ligera mejora de 9 millones de euros. El incremento de las ventas netas del periodo supuso una mejora de 62 millones de euros en acreedores comerciales y otras cuentas a pagar. Esta cantidad fue compensado en parte por el incremento de las cuentas comerciales y otras cuentas a cobrar por 32 millones de euros (fundamentalmente derivado del incremento de franquicias en 2022), así como por el mayor nivel de stocks (21 millones de euros) impactados por la inflación.

A diciembre 2022 y diciembre 2021 el Grupo no tenía utilizadas líneas factoring sin recurso. A cierre del año 2022, el importe de confirming utilizado por el Grupo se situó en 247 millones de euros a 31 de diciembre de 2022 (diciembre de 2020: 244 millones de euros).

El gasto por inversión (CAPEX) en 2022 aumentó en un 9,6% debido a la continuación del plan de remodelaciones y expansión de tiendas en España y Argentina, ligadas al nuevo concepto de proximidad de DIA. La inversión ha permitido la remodelación de 809 tiendas en España y 255 tiendas en Argentina, así como la apertura de 23 tiendas en España y 101 en Argentina.

La Liquidez Disponible a cierre del ejercicio era de 351 millones de euros (diciembre de 2021: 515 millones de euros), de los cuales 216 millones de euros corresponden a efectivo y equivalentes al efectivo y 135 millones de euros a líneas de financiación bancaria y confirming no dispuestas.

5.3 Generación de cash flow (II)

Capital Circulante

(En millones de euros)	2022	2021	% Var.	Valor Var.
Existencias (A)	473	452	4,6	21
Deudores comerciales y otras cuentas a cobrar (B)	210	178	18,1	32
Acreedores comerciales y otras cuentas a pagar (C)	1.337	1.275	4,9	62
Capital Circulante (A+B-C)	(653)	(645)	1,3	(9)

Inversión (CAPEX)

(En millones de euros)	2022	2021	% Var.	Valor Var.
España	181	160	13,5	22
Portugal	5	22	(76,9)	(17)
Argentina	74	36	107,6	38
Brasil	9	28	(68,0)	(19)
Total Grupo	269	246	9,6	24

Liquidez Disponible

(En millones de euros)	31/12/2022	31/12/2021	% Var.	Valor Var.
Efectivo y equivalentes al efectivo	216	361	(40,2)	(145)
Líneas de crédito disponibles	135	154	(12,7)	(20)
Total Liquidez	351	515	(32,0)	(165)

(1) Con los activos y pasivos del negocio Clarel y del negocio de las tiendas de gran formato acordadas en la venta a Alcampo, presentados como activos y pasivos no corrientes mantenidos para la venta

06.

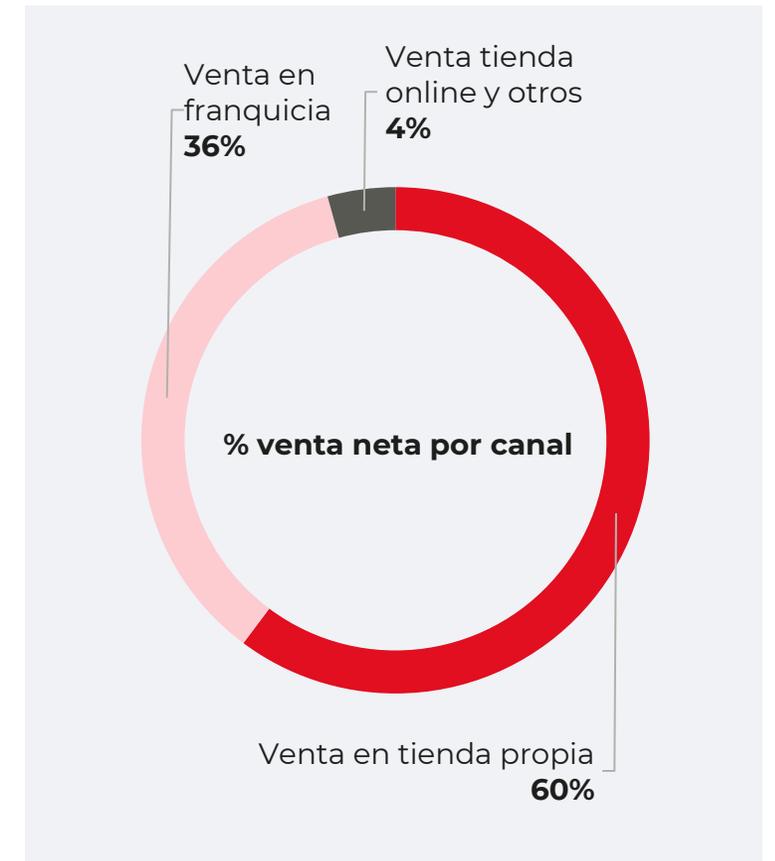
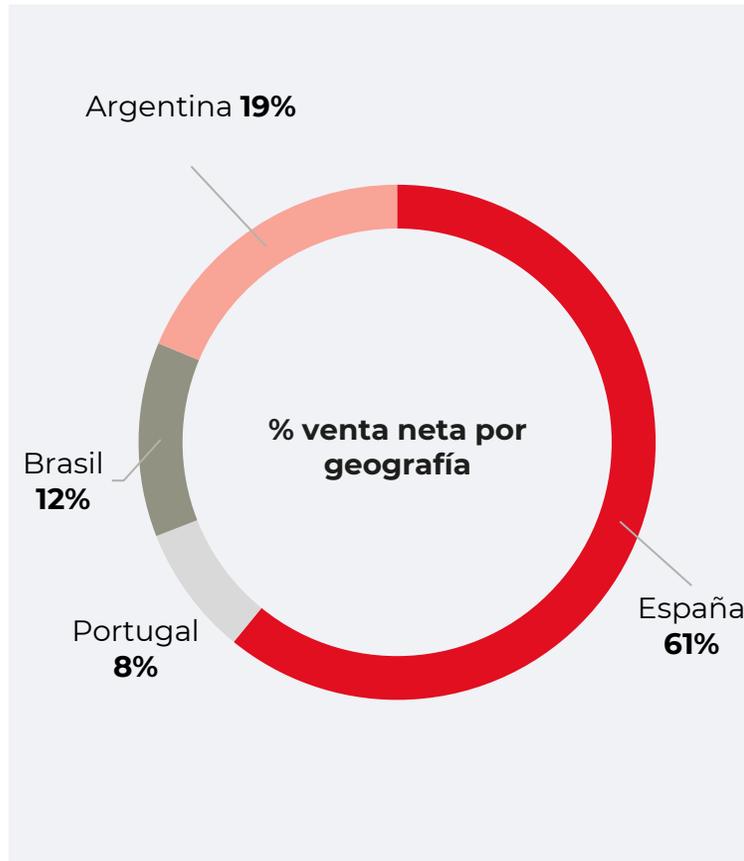
Evolución operativa y financiera
por país



*Cada día
más cerca*



6 Evolución operativa y financiera por país



6 Evolución operativa y financiera por país

Las Ventas Netas han aumentado un 5,4% a pesar de contar con 155 tiendas menos (un 4,1% menos). El crecimiento de ventas Like-for-Like fue del 7,3%, revirtiendo la tendencia negativa del 2021 (-5.2%). A partir de la segunda mitad del año, tras un comienzo lento, se logró una aceleración de las ventas apalancada en el buen resultado de las remodelaciones (con Like-for-Like de 12,2%) y un incremento del número de tickets (+6%) que nos permitió ganar cuota de mercado¹.

El EBITDA ajustado ha alcanzado los 148 millones de euros, 55 millones de euros más que en 2021. Esta mejora se debe al incremento de 226 millones de euros de venta neta, una mejora del margen de 0,6pp debida al efecto mix de tiendas y de surtido. La mejora del mix de tiendas (una mayor tercerización y cierre de tiendas no rentables), así como una estricta gestión de los costes ha hecho que el margen de EBITDA ajustado haya alcanzado el 3,3% sobre Ventas Netas, frente al 2,2% del 2021. Esta mejora de la rentabilidad ha permitido absorber la fuerte presión inflacionaria con crecimientos particularmente

elevados en los costes de energía (20 millones de euros más que en 2021) y de gasoil (17 millones de euros más que en 2021). Cabe destacar que dicho contexto se ha podido afrontar gracias a los contratos de energía suscritos durante 2021 y 2022, que en 2022 han cubierto el 93% del consumo de Día España y donde se han realizado contratos a futuro que cubren el 100% del consumo hasta 2026.

En el año 2022, se han producido en España dos operaciones corporativas totalmente alineadas con la estrategia del Grupo: foco en tiendas de proximidad y en distribución alimentaria.

Por una parte, la venta de tiendas de gran formato a Alcampo. Esta operación, pendiente de autorización por parte de las autoridades de competencia, se concreta en la venta de 235 tiendas y 2 almacenes, por un importe máximo de 267 millones de euros. El cierre de la operación puede conllevar que no se traspasen algunas de las tiendas, pero no afecta significativamente a la transacción.

6.1 España (I)

Por otra parte, la venta de Clarel, el negocio de higiene y belleza del Grupo, a C2 Private Capital. Esta operación, pendiente de distintos eventos para que se complete, supone el traspaso de 1.014 tiendas y un importe que puede variar en función de diferentes parámetros y alcanzar la cifra de 60 millones de euros.

El anuncio de estas operaciones ha hecho que en las cuentas estatutarias estos activos aparezcan como destinados para la venta, así como la venta y el resultado de las mismas en el año 2022, habiendo re-expresado también la cuenta de resultados del año 2021².

Evolución tiendas (incl. Clarel)	Propias	Franquicias	Total
Total tiendas a 31-12-2021	2.191	1.598	3.789
Nuevas aperturas	12	15	27
Transferencias netas de tiendas propias a franquicias	(126)	126	-
Cierres	(129)	(53)	(182)
Total tiendas 31-12-2022	1.948	1.686	3.634
Nº de tiendas reformadas durante el ejercicio	426	404	830

Evolución tiendas (excl. Clarel)	Propias	Franquicias	Total
Total tiendas a 31-12-2021	1.315	1.423	2.738
Nuevas aperturas	8	15	23
Transferencias netas de tiendas propias a franquicias	(126)	126	0
Cierres	(90)	(51)	(141)
Total tiendas 31-12-2022	1.107	1.513	2.620
Nº de tiendas reformadas durante el ejercicio	405	404	809

España sin reclasificación por actividades interrumpidas

(En millones de euros)	2022	2021	% Var.
Ventas brutas bajo enseña	5.317	5.003	6,3
% Crecimiento de ventas Like-for-Like	7,3%	(5,2%)	12,5pp
Ventas Netas	4.436	4.210	5,4
EBITDA Ajustado	148	93	59,5
% Margen EBITDA Ajustado	3,3%	2,2%	1,1pp

(1) A superficie constante (ajustando por el número de metros cuadrados abiertos/cerrados).

(2) En el anexo de este documento se encuentran las correspondencias entre los explicado durante el documento (sin reclasificar) y las cuentas estatutarias (con reclasificación).

6 Evolución operativa y financiera por país

Durante el año 2022, sin contar el negocio de Clarel, se han realizado más de 800 reformas y se han abierto 23 tiendas, lo que supone que el 88% de la red de proximidad¹ esté reformada, y se espera finalizar la totalidad de la red durante el año 2023. También se han cerrado 141 tiendas no rentables y se han realizado 126 tercerizaciones netas.

Esta remodelación de la red ha supuesto una inversión significativa por parte del Grupo, generando unos retornos favorables permitiendo contar con *paybacks* para las aperturas en torno a 2,7 años y en torno a 3,3 años en las reformas. Por su parte, los cierres cuentan con *paybacks* de 2,2 años y las tercerizaciones en torno a 1,0-1,7 años en función del formato.

La apuesta por la marca propia sigue siendo un pilar clave para Dia, habiendo lanzado 690 referencias en 2022, alcanzando las 1.810 referencias renovadas desde mayo de 2020 y recibiendo el apoyo de

nuestros clientes subiendo su peso en la cesta del 48,7% en 2021 al 52,6% en 2022 (sin considerar frescos).

El peso de los franquiciados se ha incrementado en 5pp con respecto a 2021, representando ya el 57% de la red (el 71% cuando consideramos solamente la red de proximidad¹). La apuesta del Grupo Dia por este modelo ha sido premiada con una mayor confianza por parte de los franquiciados, realizando 157 tercerizaciones brutas e incrementando notablemente sus niveles de satisfacción con respecto a 2021.

En marzo de 2022, Dia inauguró un nuevo centro logístico en Illescas, Toledo. Un almacén de nueva generación con más de 68.000 metros cuadrados para dar servicios a más de 500 tiendas de Madrid, Castilla-La Mancha y Castilla y León. Además de suponer un paso en la consolidación de la red logística, supone un salto en la

6.1 España (II)

eficiencia y la sostenibilidad de nuestra plataforma, con una gestión de los residuos 100% circular y destinando hasta el 95% de los desechos a un destino alternativo al vertedero.



(1) Excluyendo tiendas Maxi, La Plaza y Clarel

6 Evolución operativa y financiera por país

6.1 España (III)

Adicionalmente, el 1 de diciembre de 2022, Dia firmó su convenio colectivo que aplica desde el 1 de diciembre de 2022 hasta el 31 de diciembre de 2024. Este convenio colectivo firmado con los representantes de los trabajadores ratifica la responsabilidad y confianza en el futuro de Dia y supone una decidida apuesta de la compañía por sus personas, garantizando una subida salarial histórica a cerca de 15.000 empleados en España.

Tras los acuerdos anteriormente mencionados, el Grupo en España puede contar con la tranquilidad de tener dos de las partidas de costes más relevantes de su cuenta de resultados (energía y gastos de personal) bajo control y dedicar su atención a la ejecución de su estrategia.

Por último, el negocio online sigue siendo una gran apuesta del Grupo en España y una fuente de crecimiento. El Like-for-Like del segmento e-commerce ha crecido al 11% y ha supuesto una mejora de cuota de mercado dentro del segmento.



6 Evolución operativa y financiera por país

Argentina ha cerrado un año 2022 con un resultado muy positivo tanto en Venta Neta y cuota de mercado como en rentabilidad, lo que demuestra que el modelo y la estrategia seguida en el país son acertados.

Las Ventas Netas aumentaron un 30,8% (en euros) apalancando el buen resultado de las renovaciones de tiendas y las aperturas realizadas durante el ejercicio. La evolución del peso argentino, con una devaluación menor de la esperada y por debajo de la inflación, ha generado una ganancia al Grupo por divisa. Medido en pesos argentinos, el crecimiento de la Venta Neta fue del 87,5%, obviamente impulsado por la inflación existente en el país.

El crecimiento de ventas Like-for-Like en Argentina fue del 2,0%⁽¹⁾, lo que nos ha permitido acelerar nuestro crecimiento por encima de la competencia y ganar cuota de mercado en el país por 6 trimestres consecutivos.

El EBITDA ajustado alcanzó los 52 millones de euros y un margen de 3,8% sobre Venta Netas. Esto supone una mejora de la rentabilidad de 0,9pp con respecto a 2021 y demuestra la buena gestión que se ha hecho de los márgenes comerciales y los costes fijos.

Durante el año 2022 se han realizado 255 renovaciones de tiendas, con unos resultados 17,7% por encima de las tiendas no renovadas (en unidades), lo que confirma el éxito del modelo. Se han realizado también 101 aperturas, llevando el parque hasta casi 1.000 tiendas en el país. Los resultados de estas inversiones han sido muy positivos con *paybacks* medidos para las renovaciones de 2,1 años y de 2,3 años para las aperturas.

El nuevo modelo de franquicias se ha desplegado durante 2022, con una gran aceptación (más del 98% del parque en la provincia de Buenos Aires ya opera bajo este modelo) robusteciendo la

6.2 Argentina

operación. La franquicia representa en Dia Argentina cerca del 75% de la red de tiendas, por lo que su relevancia para el negocio es crítica y la excelente colaboración con el franquiciado es prueba de nuestro compromiso con ellos y este modelo de operación.

Evolución tiendas	Propias	Franquicias	Total
Total tiendas a 31-12-2021	264	648	912
Nuevas aperturas	6	95	101
Transferencias netas de tiendas propias a franquicias	5	(5)	-
Cierres	(8)	(11)	(19)
Total tiendas 31-12-2022	267	727	994
Nº de tiendas reformadas durante el ejercicio	62	193	255

Resultados

(En millones de euros)

	2022	2021	% Var.
Ventas brutas bajo enseña	1.770	2.072	(14,6)
% Crecimiento de ventas Like-for-Like	2,0%	(0,5%)	2,5pp
Ventas Netas	1.364	1.043	30,8
EBITDA Ajustado	52	30	69,7
% Margen EBITDA Ajustado	3,8%	2,9%	0,9pp



(1) Medido en crecimiento Like-for-Like de volumen (unidades).

6 Evolución operativa y financiera por país

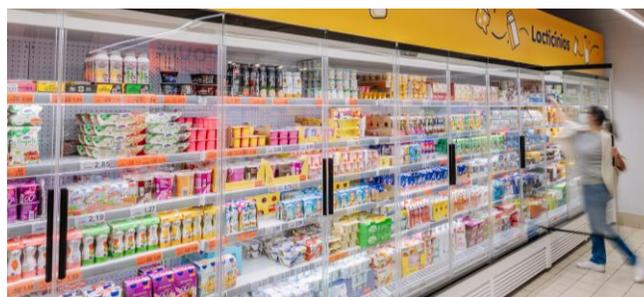
6.3 Portugal

Las Ventas Netas en Portugal alcanzaron los 596 millones de euros, lo que supone un crecimiento de 0,5%, afectadas por una base de tiendas un 7,2% menor. El crecimiento de ventas Like-for-Like en Portugal fue del 3,7%, resultado que revierte la tendencia negativa del 2021 donde se experimentó un Like-for-Like negativo de -4,3%.

La entrada de nuevos actores en el mercado, así como la fuerte inversión y expansión de los concurrentes, han supuesto un escenario retador para Dia, que junto con la situación inflacionaria vivida en el país, han puesto presión en los márgenes y la rentabilidad del negocio.

La marca propia ha sido una de las grandes apuestas de Dia en Portugal, con la renovación de más de 600 referencias, representando ya un 43,6% de la cesta total de sus clientes.

El EBITDA ajustado cerró el 2022 en 10 millones de euros, 2 millones de euros menos que en 2021, con una caída de 0,2pp en el margen de EBITDA ajustado sobre Ventas Netas. Esta caída se debe en parte a la política de precios competitivos mantenida durante el año y al incremento de los gastos de suministros y mantenimiento.



Evolución tiendas	Propias	Franquicias	Total
Total tiendas a 31-12-2021	202	297	499
Nuevas aperturas	-	-	-
Transferencias netas de tiendas propias a franquicias	(3)	3	-
Cierres	(27)	(9)	(36)
Total tiendas 31-12-2022	172	291	463
Nº de tiendas reformadas durante el ejercicio	-	-	-

Resultados (En millones de euros)	2022	2021	% Var.
Ventas brutas bajo enseña	818	806	1,5
% Crecimiento de ventas Like - for - Like	3,7%	(4,3%)	8,0pp
Ventas Netas	596	593	0,5
EBITDA Ajustado	10	12	(11,8)
% Margen EBITDA Ajustado	1,8%	2,0%	(0,2pp)



6 Evolución operativa y financiera por país

Las Ventas Netas crecieron un 10,9% en términos interanuales a pesar de la disminución del 17,5% en el número de tiendas tras el cierre estratégico de localizaciones no rentables (129 cierres en 2022). El crecimiento de ventas Like-for-Like en Brasil fue del 7,4%, lo que supone un aumento de 6,8pp frente a 2021. Este aumento se debe en gran medida a la inflación observada en el país así como a la competitividad de precio mantenida a pesar de la presión inflacionista.

Durante 2021 se llevó a cabo una revisión del modelo de franquicia, que durante la mitad de 2022 ha supuesto un alto volumen de tercerizaciones, llegando a un total de 89 traspasos en el año. Este modelo ha generado un incremento del nivel de satisfacción de nuestros colaboradores franquiciados.

El EBITDA ajustado ha mejorado en 2 millones de euros y también se mejora en términos de margen (0,3pp mejor que 2021), a pesar del incremento de los insumos, a través de una buena gestión de los costes fijos y el control de la inversión.

El negocio online ha tenido un buen desarrollo durante 2022, altamente apalancado en socios tecnológicos y enfocado en el *express delivery*. Cabe destacar el lanzamiento del canal de venta a través de WhatsApp, donde los clientes pueden hacer sus pedidos mediante la aplicación móvil.

6.4 Brasil



Evolución tiendas	Propias	Franquicias	Total
Total tiendas a 31-12-2021	570	167	737
Nuevas aperturas	-	-	-
Transferencias netas de tiendas propias a franquicias	(89)	89	-
Cierres	(116)	(13)	(129)
Total tiendas 31-12-2022	365	243	608
Nº de tiendas reformadas durante el ejercicio	2	4	6

Resultados (En millones de euros)	2022	2021	% Var.
Ventas brutas bajo enseña	995	887	12,3
% Crecimiento de ventas Like - for - Like	7,4%	0,6%	6,8pp
Ventas Netas	890	802	10,9
EBITDA Ajustado	(9)	(11)	(12,3)
% Margen EBITDA Ajustado	(1,0%)	(1,3%)	0,3pp



07.

ESG



*Cada día
más cerca*



El ejercicio 2022, el segundo año de ejecución del Plan de Sostenibilidad 2021-23, ha permitido a la compañía avanzar en la mejora general de la satisfacción de sus principales stakeholders.

Grupo Dia cree que una dieta equilibrada y de calidad debe estar al alcance de todas las familias. La ambición de la compañía es que todos sus clientes puedan Comer Mejor Cada Día, sin importar dónde vivan o su presupuesto. Por eso, una de sus prioridades en materia de Sostenibilidad es combatir la brecha alimentaria, tanto geográfica como socioeconómica.

Durante el ejercicio 2022 se han realizado avances en los dos ámbitos:

- El peso de la venta de productos frescos sigue creciendo en todos los países

del Grupo. La expansión del canal online en todas las geografías permite el acceso a alimentos de gran calidad a precios asequibles cada vez a más personas.

- En España, en alianza con un tercero, sigue activo un proyecto de última milla rural que garantiza el acceso a productos frescos a 14.500 personas que viven en pueblos sin tienda de retail organizado y 5.000 personas residentes en desiertos nutricionales.
- En Portugal, 48 franquiciados hacen reparto online a los vecinos de la última milla rural en un radio de entre 20 y 30 kilómetros.
- Además, la compañía ha profundizado en el conocimiento de las barreras que dificultan el acceso a una dieta saludable entre las

clases más humildes, presentando sus resultados ante la comunidad científica, y ha testado programas para hacer frente a este desafío en Argentina y Portugal.

La fuerza laboral de Grupo Dia, donde el 96% de las personas posee un contrato indefinido, está compuesta por profesionales de todas las generaciones procedentes de 81 nacionalidades. En 2022, se han incorporado a este equipo más de 5.900 jóvenes menores de 25 años y alrededor de 5.000 personas que se encontraban en situación de desempleo. Estas cifras avalan la oportunidad en materia de diversidad e inclusión laboral que puede capitalizar la Compañía y el trabajo que se está haciendo en esta línea.

- En materia de diversidad se ha trabajado en diagnósticos

específicos por país y se han impulsado comités de diversidad involucrando a responsables de primer orden con la misión de fijar objetivos y planes adhoc.

- Alrededor de 34.000 personas han superado formaciones regladas en Dia, lo que les facilita la oportunidad de ejercer de cajero, mozo de almacén o encargado de secciones tanto en nuestra Compañía como en cualquier otra empresa del sector. Adicionalmente, la colaboración con distintas ONG ha permitido incorporar a 292 personas pertenecientes a colectivos vulnerables al equipo de España y Portugal (que se suman a las 160 ya incorporadas solo en España en 2021). Además, 578

personas de estos colectivos (frente a las 205 del año anterior) han realizado prácticas en tienda y almacenes como parte de los procesos de capacitación para mejorar su empleabilidad.

En materia medioambiental, los hitos del ejercicio 2022 son:

- La eliminación de cerca de 8 millones de kilogramos de plástico virgen del envase de productos de marca Dia (que se suman a los 5 millones de kilogramos ya evitados al mercado en 2021).
- El importante trabajo realizado en materia de valoración de residuos, que ha culminado en 5 almacenes más con el certificado Residuo Cero.

08.

Hechos relevantes del periodo y posteriores al cierre



*Cada día
más cerca*

8 | Hechos relevantes del periodo y posteriores al cierre

Gobierno Corporativo

- 18 de febrero de 2022. Dimisión de Dña. Basola Vallés como miembro del Consejo de Administración de Grupo Dia por incompatibilidad con su nombramiento como Senior Vicepresident Strategic Customer Partner (SEMEA) del grupo Salesforce.
- 28 de febrero, 15 y 22 de marzo de 2022. Mediante la publicación de Otra Información Relevante, la compañía informa de que su principal accionista es la sociedad luxemburguesa LetterOne Investment Holdings S.A. (LIHS) con un 77,7% del capital social y que, conforme a la información disponible y procedente de LIHS, ningún accionista persona física de LIHS ostenta, ni individual ni mediante acuerdo con otros accionistas, el control de LIHS. En consecuencia, ni su principal accionista ni, por tanto, Grupo Dia se ven afectados por las sanciones internacionales adoptadas en respuesta a la crisis de Ucrania.

- 30 de agosto de 2022. Dimisión de D. Stephan DuCharme como Consejero Delegado de Grupo Dia, continuando como consejero dominical y Presidente no ejecutivo del Consejo de Administración, y nombramiento de D. Martín Tolcachir como CEO Global de Grupo Dia.
- 7 de junio de 2022. La Junta General de Accionistas de Grupo Dia ratifica el nombramiento de Dña. Gloria Hernández como consejera independiente.
- Febrero de 2023. El Consejo nombró a Dña. Gloria Hernández nueva Presidenta del Comité de Auditoría en sustitución de D. José Wahnnon Levy, que continuará como miembro de este comité.

Operaciones Corporativas

- 2 de agosto de 2022. Grupo Dia y Alcampo alcanzan un acuerdo para la venta de 235 tiendas en España.

- 23 de diciembre de 2022. Grupo Dia acuerda con C2 Private Capital S.L. la venta de Clarel, la unidad de negocio dedicada al cuidado personal y del hogar.

Hitos del ejercicio Corporativos y nombramientos

- 6 de abril de 2022. Dña. Pilar Hermida, nueva Directora de Comunicación Global de Grupo Dia. En diciembre asume, además, la Dirección de Sostenibilidad del Grupo.
- 19 de mayo de 2022. D. Antonio Serrano, nuevo Director de Estrategia de Grupo Dia
- 13 de septiembre de 2022. D. Agustín Ibero, nuevo CEO de Dia Argentina.
- 22 de noviembre de 2022. Grupo Dia abre una nueva etapa de aceleración hacia el crecimiento y presenta su nueva imagen de marca con la unificación de su logo comercial y corporativo.

Equipo Dia

En España,

- Se ha destinado casi 1,2 millones a la formación de colaboradores. Las más de 380.000 horas de formación han puesto el foco en conocimiento del producto, desarrollo de oficios, PRL e higiene alimentaria, además de competencias digitales, ética, compliance, eficiencia energética y liderazgo y gestión de equipos.
- En diciembre, Dia España y los sindicatos Fetico, CCOO y UGT FeSMC firman el V Convenio Colectivo con el que acuerdan una subida salarial de entre un 8 y un 12% hasta 2024.

En Argentina,

- Se han destinado más de 45.000 horas a formación de los colaboradores con foco en el desarrollo, liderazgo y capacitación digital.

En Portugal,

- Arranca la Academia Dia para

impulsar la formación de los colaboradores de Minipreço.

Tiendas, canal online y logística

- Más de la mitad de la red de tiendas de proximidad a nivel global operan con la nueva propuesta de valor.

En España,

- Marzo de 2022. Grupo Dia inauguran la nave logística de Illescas, su primer gran centro logístico a nivel nacional y la primera construida por Green Logistics by Aquila Capital. Este centro da servicio a las tiendas Dia en la Comunidad de Madrid, Castilla-La Mancha y parte de Castilla y León.

8 | Hechos relevantes del periodo y posteriores al cierre

- Se refuerza la entrega de pedidos online a domicilio en toda la costa española y se amplía el servicio de entrega en 1 hora y 24 horas, finalizando el año con una cobertura del 82% de la población de España peninsular.

En Argentina

- Dia Argentina lanza su servicio de envío express para que los clientes reciban la compra en su domicilio en menos de 1 hora. Además, durante el año ha alcanzado un máximo de tiendas abiertas con venta e-commerce (590 puntos de retiro disponibles).

En Portugal

- Minipreço unifica sus dos sites comerciales, impulsa el folleto digital y amplía la cobertura de su e-commerce con 57 tiendas con online propio y 185 con entrega exprés.

En Brasil

- Dia Brasil lanza canal de venta online a través de WhatsApp y entra en marketplaces como Mercado Livre y Shopee para

ampliar la cobertura a otros estados del país.

Franquiciados

- En España se ha impulsado Campus Dia, una plataforma de formación y asesoramiento para los franquiciados con la que se han impartido más de 56.000 horas de formación a más de 2.000 personas. Además, en este ejercicio, Dia ha superado los 1.000 franquiciados en España.

En Argentina,

- La Academia de Franquicias Dia ha superado las 121.000 horas de formación a sus franquiciados y equipos.

Lanzamientos Marca Dia

- En España, se han sumado más de 690 novedades de marca Dia elevando el surtido de marca propia renovado a 1.810 referencias. Los clientes han destacado productos como las cápsulas de café Arom'arte, el yogur natural Dia Láctea o los zumos funcionales Zumosfera y organismos externos han

premiado la calidad de dos vinos tintos DO Ribera del Duero de Heredad Barán y un tinto reserva DO Rioja Castillo de Haro. Otra de las incorporaciones destacables ha sido la gama de cervezas artesanas Ramblers.

- En Argentina, se han incorporado más de 80 novedades al surtido de marca Dia y destacan por su innovación las Frambuesas Delicious o por su éxito entre los clientes los protectores solares y la línea de vinos y espumantes Puska. A final de año, se lanzó la gama de cervezas artesanas Ramblers también en este mercado.
- En Portugal, se han sumado más de 200 nuevas referencias de marca Dia, destacando por su innovación productos como el pan de queso y el yogur natural, y 14 productos Dia han ganado el premio Sabor del año. Además, su campaña 'O Preço da Realidade', que aborda la desigualdad entre hombres y mujeres, ganó el tercer premio (bronce) de los Premios Eficácia, que distinguen a las

mejores campañas en el país, en la categoría Low Budget.

- En Brasil, se han sumado 150 novedades de marca Dia al surtido.

ESG

- 22 de julio de 2022. Grupo Dia presenta su primera Memoria de Sostenibilidad con los avances logrados en el primer año de implementación de su Plan de Sostenibilidad 2021-2023.
- Julio de 2022. Grupo Dia se une a Codespa, grupo de empresas comprometidas con la economía inclusiva que se unen para aprender y contribuir en la resolución de retos sociales desde su negocio.
- Septiembre de 2022. El almacén de Dia en Santiago de Compostela (España) obtiene el sello 'Residuo Cero' de Saica Natur. Este reconocimiento se une al ya alcanzado por Dia en sus plataformas de Getafe, Orihuela, Miranda de Ebro, Sabadell e Illescas.

2023

- Febrero de 2023. Sr. Mendrugo, la cerveza artesana elaborada con excedentes de pan creada por Cervezas Mica, Pascual Innoventures y RobinGood, llega a las tiendas de Castilla y León con una variedad única para Dia elaborada con el excedente de pan de sus tiendas.
- Febrero de 2023. Grupo Dia suscribe alianzas clave en materia ESG con su adhesión a Corporate Excelecence for Reputation Leadership, Club de Excelencia en Sostenibilidad, Fundación Seres y Forética.
- Febrero de 2023. Dia se alía con Just Eat en España para sumar opciones de entrega a domicilio a sus clientes.

09.

Grupo Dia en Bolsa



*Cada día
más cerca*

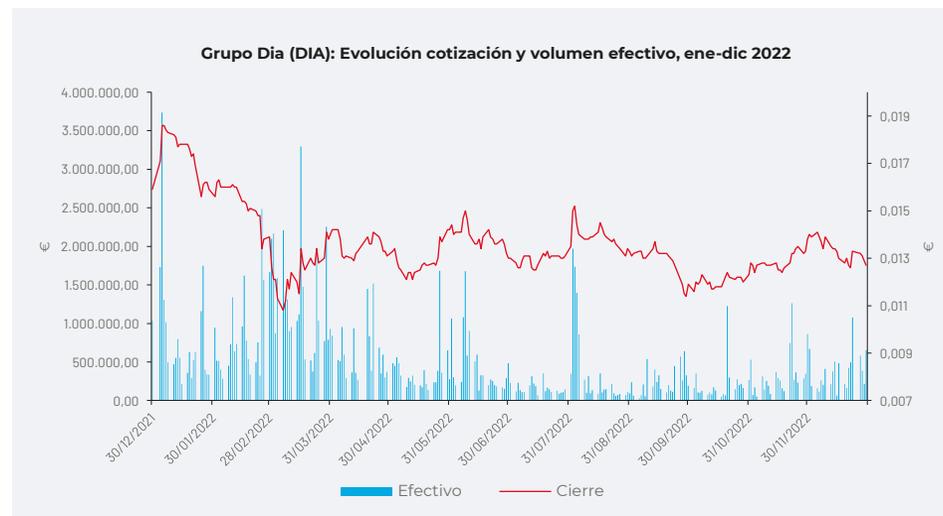


9 Grupo Dia en Bolsa

A lo largo del ejercicio 2022, la acción del Grupo Dia presentó un comportamiento heterogéneo, ya que si bien en el primer trimestre del año registró un ajuste significativo llegando al mínimo anual de 0,009 euros, sin embargo, desde inicios del cuarto trimestre el valor está mostrando una recuperación sostenible que continúa en 2023 (0,0177 euros a cierre de 22 de febrero de 2023).

En el conjunto del año 2022, la cotización disminuyó un 20% al igual que lo hicieron los índices bursátiles de referencia, Ibex 35 e Ibex Small Cap, que sufrieron sendas caídas del 5,6% y 12,8% respectivamente. No obstante, en términos de liquidez, la acción de Dia registró unos volúmenes acumulados tanto en títulos, como en efectivo muy próximos a los niveles de 2021, y cerró el ejercicio con una capitalización bursátil de 737 millones de euros, aunque a cierre de este informe este importe ya se sitúa por encima de los 1.000 millones de euros.

Conviene recordar el entorno complejo en el que evolucionaron tanto la economía global, como los mercados financieros afectados por la guerra en Ucrania, el crecimiento significativo de la inflación, como consecuencia principalmente del aumento de los precios de la energía y las materias primas, y también los desajustes en la cadena de suministros. Por su parte los bancos centrales están intentado frenar este escenario inflacionista con políticas monetarias más restrictivas caracterizadas por elevaciones de los tipos de interés en los diferentes plazos no vistas desde hace muchos años, y, todo ello, en un clima de desaceleración de la actividad económica en general.



Cotización (euros)	2022	2021
Inicio	0,0159	0,0158
Mínimo	0,0094	0,0138
Máximo	0,0190	0,0595
Cierre período	0,0127	0,0159
Media	0,0136	0,0330

Otros indicadores bursátiles	2022	2021
Capitalización bursátil (miles euros)	737.432	923.242
Nº de acciones (en miles)	58.065.534	58.065.534
Valor nominal de la acción (euros/acción)	0,01	0,01
Vol. contrat. acumulado (acciones)	9.712.943.021	10.635.601.386
Vol. contrat. medio diario (acciones)	37.793.553	41.545.318
Vol. contrat. efectivo acumulado (euros)	133.500.054	241.225.123
Vol. contrat. efectivo medio diario (euros)	519.455	942.286

Grupo Día vs Índices ¹	2022	2021
Grupo Día	(20,1%)	(69,3%)
Ibex 35	(5,6%)	7,9%
Ibex Small Cap	(12,8%)	1,8%

(1) % de variación de cotización cierre en el período desde 30-12-2021 hasta el 31-12-2022.

10.

Anexos



*Cada día
más cerca*



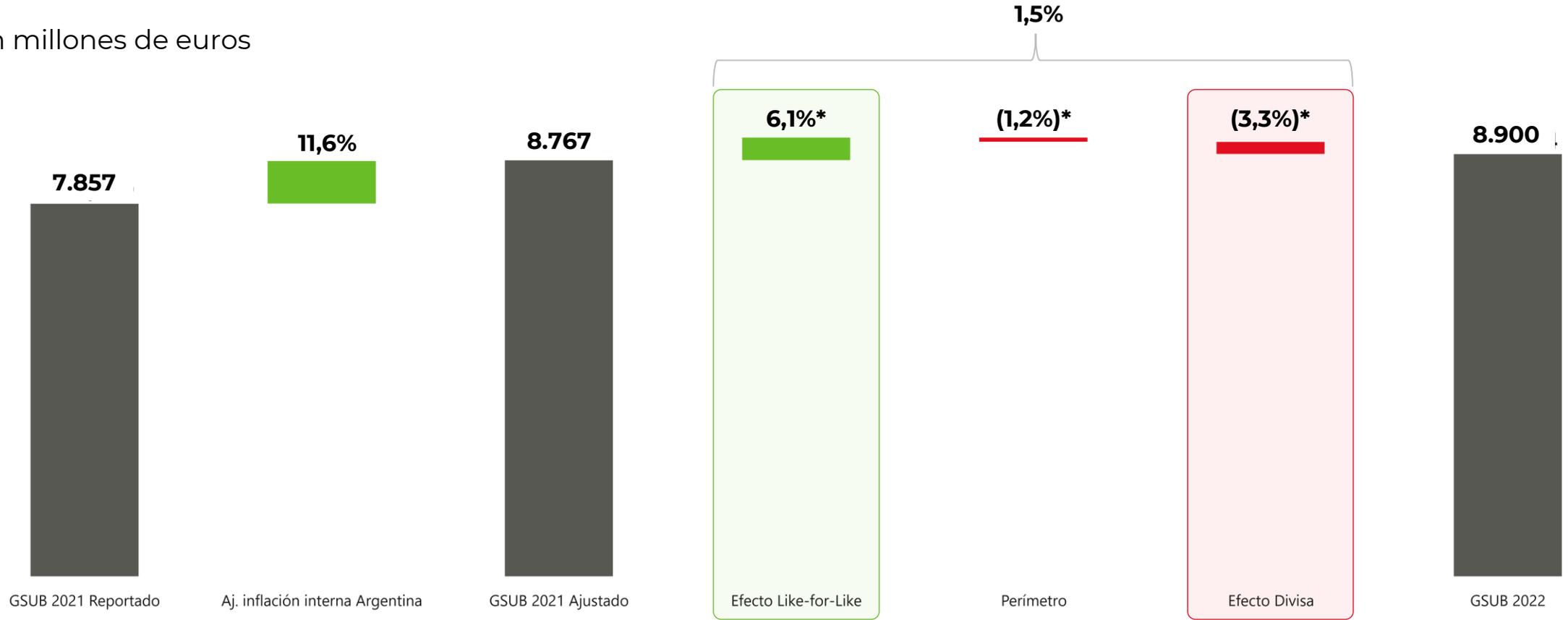
1 | Análisis proforma del comportamiento de las ventas

Análisis proforma del comportamiento de las ventas (En millones de euros)	Ventas Brutas ¹			Ventas Netas ²			% Like-for-Like ³	
	2022	2021	% Var.	2022	2021	% Var.	4Q22	2022
España	5.317	5.003	6,3	4.436	4.210	5,4	11,6	7,3
Excl. Venta tiendas ⁵	4.762	4.455	6,9	3.936	3.720	5,8	12,1	8,0
Excl. Venta Clarel	4.986	4.689	6,3	4.175	3.952	5,6	11,9	7,5
Ex venta Tiendas ⁵ y Clarel	4.431	4.141	7,0	3.675	3.462	6,1	12,5	8,3
Portugal	818	806	1,5	596	593	0,5	8,2	3,7
Brasil	995	887	12,3	890	802	10,9	8,3	7,4
Argentina	1.770	2.072	(14,6)	1.364	1.043	30,8	(1,2)	2,0
Total Grupo	8.900	8.767	1,5	7.286	6.648	9,6	7,3	5,7
Total Grupo Ex. Venta Tiendas⁵ y Clarel	8.015	7.906	1,4	6.524	5.900	10,6	7,3	6,1
Total Tiendas⁴	5.699	5.937	(4,0)					
Excl. Venta tiendas ⁵	5.473	5.702	(4,0)					
Excl. Venta tiendas ⁵ y Clarel	4.459	4.651	(4,1)					

1. 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. En el caso de Argentina, las Ventas Brutas Bajo Enseña se ajustan usando la inflación de precios interna aislando así el efecto hiperinflacionario aunque sí refleja el efecto devaluatorio.
2. Ventas Netas expresadas a tipo de cambio corriente y aplicando la NIC 29 "Información Financiera en economías hiperinflacionarias" en Argentina.
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 usando la inflación interna para reflejar la variación en volumen (unidades), evitando cálculos erróneos por el efecto de la hiperinflación.
4. Al final del periodo.
5. Excluyendo la venta de las 235 tiendas del acuerdo de venta de activos alcanzado con Alcampo anunciado por la compañía el pasado día 2 de agosto de 2022.

2 | Conciliación de Ventas Brutas Bajo Enseña

En millones de euros



Crecimiento Like-for-Like Grupo 5,7%



* % de contribución al crecimiento

3 Conciliación de Cuenta de Resultados (sin y con reclasificación por actividades interrumpidas)

Cuenta de resultados sin reclasificación por actividades interrumpidas

(En millones de euros)

	2022	% Venta Neta	2021	% Venta Neta	% Var.
Ventas brutas bajo enseñanza	8.900		8.767		1,5
Crecimiento de ventas comparables %	5,7%		(3,6%)		
Ventas netas	7.286	100,0%	6.648	100,0%	9,6
Coste de ventas y otros ingresos	(5.706)	(78,3%)	(5.159)	(77,6%)	(10,6)
Beneficio bruto	1.580	21,7%	1.489	22,4%	6,1
Gastos de personal	(693)	(9,5%)	(693)	(10,4%)	0,0
Otros gastos de explotación y arrendamientos	(490)	(6,7%)	(431)	(6,5%)	(13,8)
Costes de reestructuración y LTIP	(49)	(0,7%)	(67)	(1,0%)	26,0
EBITDA	348	4,8%	299	4,5%	16,3
Amortizaciones	(396)	(5,4%)	(393)	(5,9%)	(0,8)
Deterioro de activos no corrientes	(50)	(0,7%)	(59)	(0,9%)	15,4
Resultados por bajas de activos no corrientes	(24)	(0,3%)	(23)	(0,3%)	(6,1)
EBIT	(123)	(1,7%)	(176)	(2,6%)	30,3
Resultado financiero neto	33	0,4%	(68)	(1,0%)	148,4
Pérdidas antes de impuestos de actividades continuadas	(90)	(1,2%)	(244)	(3,7%)	63,0
Impuesto sobre beneficios	(34)	(0,5%)	(14)	(0,2%)	(143,9)
Pérdidas después de impuestos de actividades continuadas	(124)	(1,7%)	(257)	(3,9%)	51,9
Operaciones discontinuadas	-	0,0%	-	0,0%	n/a
Resultado Neto Atribuible	(124)	(1,7%)	(257)	(3,9%)	51,9

Cuenta de resultados con reclasificación por actividades interrumpidas

(En millones de euros)

	2022	% Venta Neta	2021	% Venta Neta	% Var.
Ventas brutas bajo enseñanza	8.015		7.906		1,4
Crecimiento de ventas comparables %	6,1%		(3,0%)		
Ventas netas	6.524	100,0%	5.900	100,0%	10,6
Coste de ventas y otros ingresos	(5.199)	(79,7%)	(4.640)	(78,6%)	(12,0)
Beneficio bruto	1.326	20,3%	1.260	21,4%	5,2
Gastos de personal	(558)	(8,6%)	(558)	(9,5%)	(0,0)
Otros gastos de explotación y arrendamientos	(427)	(6,5%)	(385)	(6,5%)	(11,0)
Costes de reestructuración y LTIP	(50)	(0,8%)	(61)	(1,0%)	17,1
EBITDA	290	4,4%	256	4,3%	13,1
Amortizaciones	(354)	(5,4%)	(341)	(5,8%)	(3,9)
Deterioro de activos no corrientes	(41)	(0,6%)	(51)	(0,9%)	19,5
Resultados por bajas de activos no corrientes	(24)	(0,4%)	(23)	(0,4%)	(5,3)
EBIT	(129)	(2,0%)	(158)	(2,7%)	18,4
Resultado financiero neto	37	0,6%	(62)	(1,1%)	158,9
Pérdidas antes de impuestos de actividades continuadas	(92)	(1,4%)	(221)	(3,7%)	58,1
Impuesto sobre beneficios	(34)	(0,5%)	(14)	(0,2%)	(143,9)
Pérdidas después de impuestos de actividades continuadas	(126)	(1,9%)	(234)	(4,0%)	46,2
Operaciones discontinuadas	2	0,0%	(22)	(0,4%)	110,5
Resultado Neto Atribuible	(124)	(1,9%)	(257)	(4,4%)	51,9

Conciliación de Cuenta de Resultados de España (sin y con reclasificación por actividades interrumpidas)

Conciliación España sin reclasificación por actividades interrumpidas

(En millones de euros)

	2022	2021	% Var.	Valor Var.
Pérdida del periodo	(62)	(186)	66,9	125
Resultado financiero neto	55	78	(29,1)	(23)
Resultado procedente de instrumentos financieros	-	(0)	100,0	0
Impuesto sobre beneficios	1	(1)	141,0	2
Amortizaciones	263	278	(5,4)	(15)
Pérdida de las actividades interrumpidas	-	-	-	-
Resultado derivados de la posición monetaria neta	-	-	-	-
Beneficio/(pérdida) de sociedades por el método de la participación	0	(0)	600,0	0
Deterioro de activos no corrientes	33	53	(38,1)	(20)
Resultados por bajas de activos no corrientes	9	5	92,0	4
Costes de reestructuración y Planes de incentivos a Largo Plazo	26	50	(48,8)	(25)
Gastos por remodelaciones de tiendas	-	-	-	-
Gastos relacionados con el traspaso de tiendas propias a franquicias	23	14	65,2	9
Gastos relacionados con el cierre de tiendas y almacenes	-	15	(100,0)	(15)
Gastos relacionados con procesos de eficiencia	12	11	14,3	2
Otros proyectos especiales	-	-	-	-
Otros gastos	(0)	5	(101,3)	(5)
Gastos relacionados con planes de incentivos a largo plazo	(9)	7	(221,7)	(16)
Efecto IFRS 16 en alquileres	(177)	(184)	3,7	7
Efecto IAS 29 normativa hiperinflacionaria	-	-	-	-
EBITDA ajustado	148	93	59,5	55

Conciliación España con reclasificación por actividades interrumpidas

(En millones euros)

	2022	2021	% Var.	Valor Var.
Pérdida del periodo	(62)	(186)	66,9	125
Resultado financiero neto	51	73	(29,6)	(22)
Resultado procedente de instrumentos financieros	-	(0)	100,0	0
Impuesto sobre beneficios	0	(1)	141,0	2
Amortizaciones	221	226	(2,2)	(5)
Pérdida de las actividades interrumpidas	(2)	23	-	(25)
Resultado derivados de la posición monetaria neta	-	-	-	-
Beneficio/(pérdida) de sociedades por el método de la participación	0	(0)	600,0	0
Deterioro de activos no corrientes	24	45	(47,1)	(21)
Resultados por bajas de activos no corrientes	8	5	88,6	4
Costes de reestructuración y Planes de incentivos a Largo Plazo	27	45	(39,7)	(18)
Gastos por remodelaciones de tiendas	-	-	-	-
Gastos relacionados con el traspaso de tiendas propias a franquicias	23	14	65,2	9
Gastos relacionados con el cierre de tiendas y almacenes	-	15	(100,0)	(15)
Gastos relacionados con procesos de eficiencia	13	5	172,7	8
Otros proyectos especiales	-	-	-	-
Otros gastos	(0)	5	(101,3)	(5)
Gastos relacionados con planes de incentivos a largo plazo	(9)	7	(221,7)	(16)
Efecto IFRS 16 en alquileres	(145)	(148)	2,5	4
Efecto IAS 29 normativa hiperinflacionaria	-	-	-	-
EBITDA ajustado	124	80	54,3	44

Conciliación de Resultados del periodo a EBITDA ajustado (sin reclasificación por actividades interrumpidas)

Conciliación de Resultado del periodo a EBITDA Ajustado

(En millones de euros)

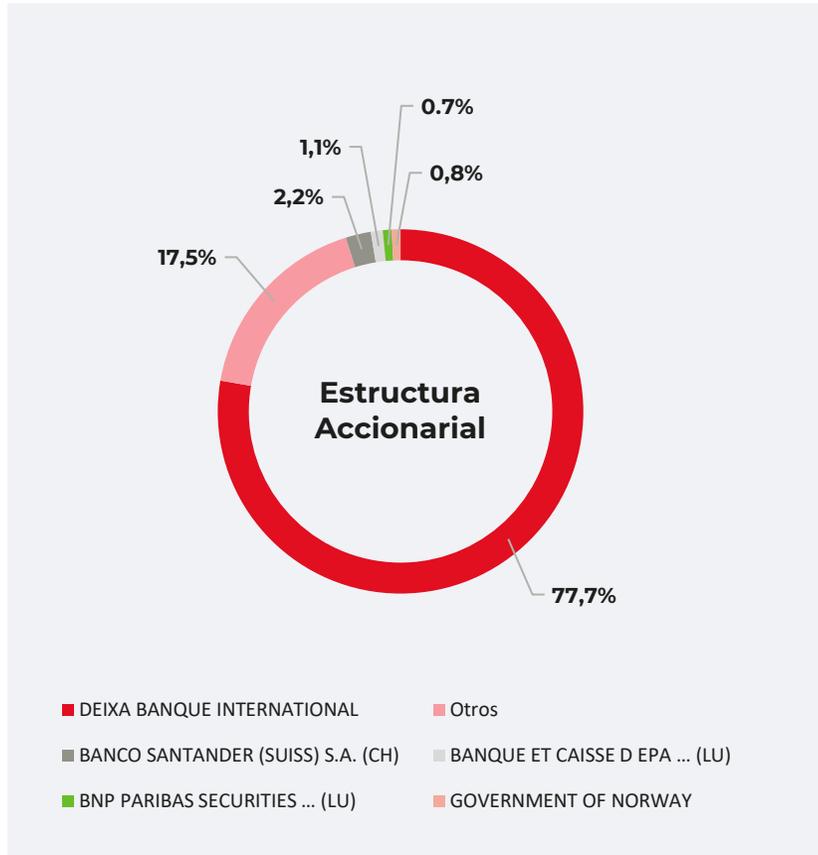
	España	Portugal	Argentina	Brasil	Total Grupo
Resultado del periodo	(62)	(20)	30	(72)	(124)
Resultado financiero neto	55	8	(18)	23	68
Impuesto sobre beneficios	1	1	30	2	34
Amortizaciones	263	37	43	53	396
Resultados derivados de la posición monetaria	-	-	(101)	-	(101)
Beneficio/pérdida de soc. por el metodo de participación	0	-	-	-	0
Deterioro de activos no corrientes	33	0	1	16	50
Resultados por bajas de activos no corrientes	9	(0)	18	(3)	24
Costes de reestructuración	26	6	1	16	49
Gastos relacionados con el traspaso de tiendas propias a franquicias	23	5	-	-	28
Gastos relacionados con el cierre de tiendas y almacenes	-	-	-	18	18
Gastos relacionados con procesos de eficiencia	12	1	1	-	14
Otros proyectos especiales	-	-	-	-	-
Otros Gastos	(0)	-	2	1	3
Gastos relacionados con planes de incentivos a largo plazo	(9)	(0)	(2)	(3)	(14)
Efecto IFRS16 en alquileres	(177)	(22)	(23)	(45)	(267)
Efecto IAS 29 normativa hiperinflacionaria	-	-	70	-	70
EBITDA Ajustado	148	10	52	(9)	200

6 Variación de Tipos de Cambio

Variación de Tipos de Cambio	2022	2021	% Var.
EURO / Peso Argentino (tipo cierre anual)	188,67925	116,27907	62,3
EURO / Real Brasileño (tipo medio del periodo)	5,35417	6,38490	(16,1)

(*) Tipos de cambio medios de Bloomberg (un cambio negativo de los tipos implica una apreciación respecto al Euro)

7 Estructura Accionarial y Consejo de Administración



Consejo de Administración

Miembros	Posición
Don Stephan DuCharme	Presidente No Ejecutivo
Doña Luisa Desplazes de Andrade Delgado	Vocal - Consejera Independiente
Don José Wahnon Levy	Vocal - Consejero Independiente
Don Sergio Antonio Ferreira Dias	Vocal - Consejero Externo Dominicual
Don Marcelo Maia Tavares de Araújo	Vocal - Otro Consejero Externo
Don Vicente Trius Oliva	Vocal - Consejero Independiente
Doña Gloria Hernández García	Vocal - Consejera Independiente

8 | Glosario

Beneficio Bruto: Beneficio resultante principalmente de las Ventas Netas y Otros Ingresos menos, (i) el Consumo de mercaderías y otros consumibles; (ii) el deterioro de deudores comerciales; y (iii) los gastos de personal, otros gastos de explotación y arrendamientos relacionados con la actividad logística, tal y como se detalla en la conciliación presentada en el apartado Resultados consolidados de Grupo Día en 2022 de este Informe de Resultados. Esta métrica se utiliza como indicador del rendimiento obtenido del valor de las ventas de mercancía una vez deducidos los costes de adquisición de la mercancía vendida, incluidos los costes logísticos para hacer llegar la mercancía hasta el punto de venta, independientemente a su naturaleza de coste (personal, otros costes operativos, etc.).

Capital Circulante (comercial): es el importe que resulta de restar la cifra de Acreedores comerciales y otras cuentas a pagar de la suma de las Existencias y los Deudores comerciales y otras cuentas a cobrar. El Capital Circulante es una métrica utilizada para medir el nivel de exigibilidad para hacer frente al pago de sus compromisos comerciales a corto plazo.

Crecimiento de ventas comparables (Like-for-Like ó “LFL”): el cálculo del crecimiento de ventas comparables se realiza de forma diaria y se basa en el crecimiento de la cifra de ventas brutas bajo enseña de ese día respecto al mismo día del periodo que se compara y a tipo de cambio constante, de todas aquellas tiendas que hayan operado por un periodo superior a doce meses y un día en

condiciones de negocio similares. Se considera que una tienda no ha operado en condiciones de negocio similares, y por tanto no forma parte de la base de cálculo del LFL, en el caso en el que haya sido cerrada de forma temporal a lo largo del periodo considerado para llevar a cabo tareas de remodelación o que haya sido afectada significativamente por causas externas objetivas (por ejemplo eventos de fuerza mayor como pueden ser inundaciones, entre otros).

Deuda financiera neta: Situación financiera de la compañía que resulta de minorar del valor total de la deuda financiera corriente y no corriente, el valor total del efectivo y otros activos líquidos equivalentes, el activo derivado de cobertura de tipos de interés, así como el pasivo derivado de la aplicación de la norma NIIF 16.

Liquidez disponible: es el importe resultante de sumar el Efectivo y otros activos líquidos equivalentes, y el importe disponible de las líneas de financiación y confirming no utilizadas. La liquidez disponible es una métrica utilizada para medir la capacidad del Grupo de hacer frente a sus compromisos de pago con los activos líquidos y financiación disponibles.

EBITDA Ajustado: El EBITDA Ajustado resulta de añadir al resultado neto de explotación (EBIT) la depreciación y amortización, el deterioro de activos no corrientes, los resultados por bajas de activos no corrientes, los costes de reestructuración (tal y como se describen a continuación), los costes relacionados con los planes de incentivos a largo plazo (LTIP) y los impactos derivados de la aplicación de las normas NIC 29

y NIIF 16.

Ventas Brutas bajo enseña: valor total de la facturación obtenida en las tiendas, incluidos todos los impuestos indirectos (valor de ticket de caja) y en todas las tiendas de la Sociedad, tanto propias como franquiciadas. En el caso de Argentina, las Ventas Brutas bajo enseña se ajustan usando la inflación de precios interna aislando así el efecto hiperinflacionario. Las Ventas Brutas bajo enseña es una métrica que se utiliza para dar seguimiento a la evolución de la actividad en los puntos de venta del Grupo respecto a sus competidores en términos de cuota de mercado y de ventas totales al consumidor final.

Relación con Inversores

investor.relations@diagroup.com

Medios de Comunicación

ainhoa.murga@diagroup.com



Detalles de acceso a la Presentación de Resultados:

Fecha: 23 de febrero de 2023, a las 10:00 a.m. CET

[Link al webcast](#)