

OTRA INFORMACIÓN RELEVANTE

A LA COMISIÓN NACIONAL DEL MERCADO DE VALORES

Distribuidora Internacional de Alimentación, S.A. (“**DIA**” o la “**Sociedad**”), de conformidad con lo dispuesto en el artículo 227 del Texto Refundido de la Ley del Mercado de Valores y normativa de desarrollo, comunica y hace público un Avance de las Ventas obtenidas durante el tercer trimestre y para el periodo de nueve meses del año 2022.

El Avance de las Ventas incluye información relevante del grupo y de los países que lo componen (Ventas Netas y Ventas Comparables), así como ciertos datos adicionales en relación con los factores que las determinan.

Las Rozas de Madrid (Madrid), a 20 de octubre de 2022.

Distribuidora Internacional de Alimentación, S.A.

Jesús Soto Cantero

Director Financiero

DIA Avance de Ventas 3T 2022

Las ventas comparables *Like-for-Like* crecieron un 9,9% en el tercer trimestre, alcanzando unas ventas netas de 5.500 millones de euros en los primeros nueve meses del año

- El crecimiento de un 12,6% de las ventas netas en los primeros nueve meses del 2022 confirma la entrada del Grupo en un nuevo periodo de aceleración hacia el crecimiento anunciado en el mes de agosto. Las ventas brutas bajo enseña han aumentado un 2,4% en los primeros nueve meses del año.
- El crecimiento se apoya en nuestra nueva propuesta de valor para el cliente, plenamente desplegada en España y Argentina. Desde el inicio del proceso de transformación, en España ya se han remodelado 1.452 tiendas y se han realizado 44 aperturas, lo que representa el 78% de las tiendas de proximidad, de las que un 69% se encuentran gestionadas por franquiciados. Por su lado, Argentina ya ha renovado 375 tiendas y ha realizado 85 aperturas, lo que representa el 48% de su parque bajo el nuevo modelo y el 73% de su red está gestionada por franquiciados.
- Hasta el mes de septiembre, las ventas comparables *Like-for-Like* han sido positivas en todos los mercados, con una fuerte mejora en España y Argentina (5,9% y 3,7%, respectivamente, destacando el 12,8% de España en el tercer trimestre del año) afianzando su cambio de etapa y un buen desempeño en Brasil y Portugal (7,1% y 2,3%, respectivamente).
- España ha registrado en los primeros nueve meses del año un crecimiento de 4,1% de sus ventas netas, pese a que la red de tiendas se ha visto reducida en un 3,3% respecto al mismo periodo de 2021. Portugal registra una disminución del 1,1% en sus ventas netas, con una reducción de la red de tiendas del 6,2%.
- Las ventas netas en Argentina mantienen un comportamiento excepcional (entre enero y septiembre el efecto de mayor venta por inflación es del 20,7%) con un incremento del parque de tiendas del 5,9%. Destaca también la evolución en unidades, con un incremento del 3,7%. Brasil, por su parte, ha registrado un crecimiento de las ventas netas del 11,7% pese a la reducción del número de tiendas en un 18,0% y se ha visto beneficiado por la revaluación del real brasileño en un 17,2% respecto al mismo período de 2021.

Avance de ventas del 3T y acumulado 9 meses de 2022

| €mn | Ventas Brutas ¹ | | | Ventas Netas ² | | | Ventas Like-for-Like ³ | |
|----------------------------------|----------------------------|----------------|--------------|---------------------------|----------------|--------------|-----------------------------------|-------------------|
| | 9M22 | 9M21 | Var. (%) | 9M22 | 9M21 | Var.(%) | 3T22 vs. 3T21 (%) | 9M22 vs. 9M21 (%) |
| España | 3.913,0 | 3.735,2 | 4,8% | 3.269,6 | 3.140,7 | 4,1% | 12,8% | 5,9% |
| ex. venta tiendas ⁵ | 3.494,8 | 3.314,6 | 5,4% | 2.894,4 | 2.765,4 | 4,7% | 13,5% | 6,7% |
| Portugal | 609,9 | 609,0 | 0,2% | 442,4 | 447,3 | -1,1% | 10,2% | 2,3% |
| Brasil | 743,3 | 665,3 | 11,7% | 669,2 | 598,9 | 11,7% | 7,4% | 7,1% |
| Argentina | 1.269,2 | 1.374,7 | -7,7% | 1.125,3 | 705,3 | 59,6% | 4,0% | 3,7% |
| Total Grupo | 6.535,3 | 6.384,2 | 2,4% | 5.506,6 | 4.892,2 | 12,6% | 9,9% | 5,2% |
| ex. venta tiendas ⁵ | 6.117,2 | 5.963,5 | 2,6% | 5.131,4 | 4.516,9 | 13,6% | 10,1% | 5,6% |
| Total Tiendas⁴ | 5.720 | 5.958 | -4,0% | | | | | |
| ex. venta tiendas ⁵ | 5.485 | 5.723 | -4,2% | | | | | |

De las 5.720 tiendas del Grupo al cierre del tercer trimestre del año, la compañía cuenta con **2.068 tiendas que operan bajo el nuevo modelo** y que representan el 53,5% de nuestra red de proximidad⁽⁶⁾ a nivel Grupo. Por país, España cuenta con 1.496 tiendas operando bajo el nuevo modelo; Argentina tiene 460 y Portugal, 112, presentando todas ellas rendimientos positivos y sostenibles en un entorno desafiante.

El número de tickets sigue en aumento, con un crecimiento del 6,6% en los primeros nueve meses del año a nivel Grupo, frente a la reducción de un 1,3% del importe de la cesta media. En el tercer trimestre del año, el número de tickets ha crecido el 8,4%, lo que confirma la bondad del modelo de proximidad que es el foco de la estrategia del Grupo. Entre enero y septiembre, el peso de la marca propia en la cesta aumentó hasta el 51,8% en España, frente al 47,7% del mismo periodo del año anterior, dato que avala la buena aceptación de la Nueva Calidad Dia y la percepción de la marca Dia como moderna, de calidad y a precios asequibles.

Comentario sobre el tercer trimestre 2022 de Martin Tolcachir, CEO del Grupo DIA:

“El crecimiento de las ventas netas de Grupo Dia en el tercer trimestre del año ha permitido confirmar el punto de inflexión que avanzamos en agosto, constatando los frutos de la redirección del negocio que comenzó en 2019 y abriendo una nueva fase de aceleración hacia el crecimiento. Esto se ha logrado en el desafiante contexto en el que se está desarrollando el ejercicio gracias a una orientación clara y un equipo entregado y comprometido.

En el último trimestre del año vamos a seguir avanzando en nuestra hoja de ruta. Confiamos en el rumbo de nuestro modelo de negocio, pues el aumento en el número de tickets y el peso de la marca Dia pone en valor que nuestra esencia, la proximidad, es la palanca estratégica adecuada también en un entorno como el actual.

Conscientes de esto, trabajamos día a día para avanzar en nuestros objetivos de negocio, atentos al entorno para poder responder con agilidad a los cambios que acontezcan. Nuestro foco en esta nueva fase está en acelerar el crecimiento de la compañía que tendrá reflejo en los resultados. Los equipos trabajan ya en consolidar los avances logrados en este proceso de redirección del negocio con una estrategia renovada que no pierde de vista nuestra esencia, la proximidad, y nuestro propósito: estar cada día más cerca para que todos tengamos la calidad que merecemos a nuestro alcance”.

- FIN -

Notas:

1. Ventas Brutas Bajo Enseña tal y como se definen en el Informe de Gestión Consolidado del primer semestre de 2022. 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 incluidas en el perímetro inicial del acuerdo de venta de activos alcanzado con Alcampo y anunciado por la compañía el pasado día 2 de agosto de 2022.
6. Excluyendo tiendas Maxi (España y Portugal), La Plaza y Clarel.

MEDIOS DE COMUNICACIÓN

Email: ainhoa.murga@diagroup.com

RELACIÓN CON INVERSORES

Email: investor.relations@diagroup.com