

# Dia

## 1S 2022 PRESENTACIÓN DE RESULTADOS

4 de agosto de 2022



Esta presentación contiene declaraciones e información de carácter prospectivo relativas a Distribidora 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", "estimará", "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 inglés.



# AGENDA

1. ATUALIZAÇÃO ESTRATÉGICA DEL GRUPO
2. RESULTADOS FINANCIEROS 1S 2022
3. CONCLUSIONES



**1S 2022**

actualización estratégica del grupo

## 1S 2022 – AVANZANDO CON FIRMEZA HACIA LA FASE DE CONSOLIDACIÓN

- ✓ DIA inició hace tres años un viaje transformacional que supuso una profunda renovación de su **propuesta de valor**, incluyendo un **nuevo modelo de tienda**, un nuevo **surtido diferenciado**, basado en **productos frescos y de marca blanca de alta calidad** y un **nuevo modelo de franquicia**.
- ✓ **España y Argentina**, que representan aproximadamente el 80% de las Ventas Netas del Grupo, han alcanzado la **implantación sustancial** de su hoja de ruta estratégica inicial y están **aumentando volúmenes, ventas comparables y cuota de mercado**.
- ✓ **Brasil y Portugal** están mejorando su modelo de negocio y haciendo **progresos significativos** en la implementación de su hoja de ruta estratégica inicial.
- ✓ Un **liderazgo empoderado** está guiando a DIA a través de un **complejo entorno macroeconómico**, fomentando los mejores estándares operativos, una nueva cultura corporativa y una relación transparente y sostenible con todas las partes de interés.
- ✓ DIA está hoy mucho más cerca de la empresa que queremos ser, enfocada en hacer lo que sabemos hacer bien: una **experiencia privilegiada de compra de proximidad y digital, fidelizando** a los clientes a largo plazo y con un **crecimiento y rentabilidad sostenibles** con un **propósito de marca renovado**.

# FASE DE TRANSFORMACIÓN COMPLETA EN ESPAÑA Y ARGENTINA

		2020	2021 + 1S22				
<b>COMERCIAL</b>	<b>INICIATIVAS CLAVE</b>						
	<b>Nueva Propuesta de Valor Comercial</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Nuevo concepto de tienda basado en el aprendizaje de la fase 1 y necesidades post-COVID</li> <li>Inicio del testeo</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Nuevo concepto de tienda en pleno despliegue</li> <li>Programa de remodelaciones y relocalizaciones en pleno desarrollo (1.775 operando)</li> </ul>	✓	✓	✓	✓
	<b>Programa de Nueva Marca Propia</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Introducción de "superbrands" de alta calidad orientadas a las necesidades del cliente</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>&gt;2.700 "superbrands" lanzadas</li> <li>Apoyo al nuevo concepto de tienda</li> </ul>	✓	✓	✓	✓
	<b>Programa de On-line y entrega exprés</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Desarrollo inicial del programa</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Despliegue para apoyar el nuevo concepto (comercio online, click and collect, entrega express)</li> </ul>	✓	✓	✓	✓
	<b>Optimización de Surtido</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Revisión inicial y puesta en marcha</li> <li>Diseño renovado de la tienda</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Mejora continua del surtido como parte del nuevo modelo de tienda, enfocado en la innovación y productos regionales</li> <li>Enfoque continuo en el diseño de la tienda y la optimización operativa</li> </ul>	✓	✓	✓	✓
	<b>Nuevo Programa de Fidelización</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>En desarrollo</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>En desarrollo</li> <li>Apoyar el nuevo concepto de tienda y de cliente omnicanal</li> </ul>	✓	✓	✓	✓
<b>FRANQUICIA</b>	<b>Modelo Franquicia</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Despliegue completo del nuevo modelo</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Aceleración del proceso de tercerización basado en el nuevo modelo (63% de tiendas de proximidad tercerizadas)</li> </ul>	✓	✓	✓	✓
<b>OPERACIONES</b>	<b>Programa Operaciones</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Enfoque en la reducción de la complejidad de las operaciones</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Mayor enfoque en la reducción de complejidad</li> <li>Capital Circulante: reducción de inventario y mejoras en la cadena de suministro</li> </ul>	✓	✓	✓	✓

En proceso

## ESPAÑA<sup>1</sup>

1S 22 confirma el éxito de los cambios del modelo de negocio implementado en España:

- ✓ **Proximidad** como palanca estratégica
- ✓ 459 tiendas remodeladas durante 1S22, resultando en **1.297 tiendas operando bajo el nuevo modelo** (68% de la red de proximidad en España)
- ✓ **Las tiendas de proximidad bajo el nuevo modelo** experimentaron un rendimiento del 10,9% en las ventas comparables en el 1S22, comparado con el 5,1% en ventas comparables mostrado por el mercado español como una prueba de su mejor rendimiento
- ✓ Los franquiciados han adoptado el nuevo modelo de franquicia, creando una exitosa red de **emprendedores como embajadores de la marca y los valores de DIA** - durante 1S22 **42 nuevos socios** se unieron a DIA
- ✓ **Alta calidad de la marca propia** ganando peso en las Ventas Netas (51,7% en 1S22 vs 47,7% en 1S21). Alrededor de 1.500 referencias lanzadas desde 2020

<sup>1</sup> Datos excluyendo el negocio Clarel.

# ESPAÑA<sup>1</sup>

- ✓ Los cambios estratégicos implementados en España muestran un **mejor comportamiento comparado con el mercado, ganando cuota de mercado en superficie de venta comparable<sup>2</sup>** en nuestro formato de proximidad.
- ✓ Las tiendas DIA Market bajo el **nuevo modelo** superaron el rendimiento del mercado experimentando un **crecimiento del 10,9% en ventas comparables**

✓ .... y los **clientes** están respondiendo favorablemente



	Ventas comparables LfL		
	1S22	2T22	1T22
	%	%	%
Mercado de distribución de alimentación español	5,1%	8,6%	1,5%
DIA ESPAÑA	2,3%	6,5%	-1,9%
<b>DIA Market</b>	<b>6,3%</b>	<b>10,3%</b>	<b>2,1%</b>
Nuevo modelo de tienda - DIA Market	10,9%	13,4%	7,8%

<sup>1</sup>Datos excluyendo el negocio Clarel.

<sup>2</sup> Estimación interna basada en datos proporcionados por Nielsen Homescan y Retail Data. El dato de mercado de distribución de alimentación español representa la variación de las densidades de venta (calculado como venta total del mercado ajustada por la variación de la superficie de venta).

<sup>3</sup> Tiendas remodeladas.

<sup>4</sup> El Net Promoter Score mide el nivel de recomendación de los clientes en relación a la marca: 9-10 Promotores; 7-9 Neutrales; 0-6 Detractores. El NPS representa la diferencia entre el % de Promotores y Detractores. Fuente interna.

# ARGENTINA

Modelo modernizado de proximidad sostenible, ofreciendo precios bajos, productos frescos y marca propia de alta calidad

- ✓ 138 tiendas remodeladas y 33 aperturas durante 1S22, resultando en 366 tiendas operando bajo el nuevo modelo (39% de la red de Argentina)
- ✓ Las tiendas bajo el nuevo modelo experimentan, de media, un incremento de las ventas de aproximadamente el 16% comparado con las tiendas no remodeladas, impulsando el aumento de la cuota de mercado
- ✓ DIA alcanza el 30% de la cuota de mercado en la ciudad de Buenos Aires, siendo el distribuidor N° 1 elegido por los clientes<sup>1</sup>.
- ✓ Mejora en las métricas de satisfacción del cliente:

**NPS<sup>2</sup>**  
**63,7%**  
(vs 42% en 1S21)



<sup>1</sup> Fuente: Nielsen Scantrack.

<sup>2</sup> El Net Promoter Score mide el nivel de recomendación de los clientes en relación a la marca: 9-10 Promotores; 7-9 Neutrales; 0-6 Detractores. El NPS representa la diferencia entre el % de Promotores y Detractores. Fuente interna.

## PORTUGAL

- ✓ **Prometedora recuperación de las ventas** observada en el segundo trimestre (+3,2%) frente al primer trimestre (-6,8%)
- ✓ Las **112 tiendas remodeladas en 2021** superaron al mercado<sup>1</sup> en un 8,0% en términos de venta comparable en el primer semestre: estrecha monitorización del rendimiento de las inversiones antes de continuar con la implementación
- ✓ **5 tiendas cerradas** en el primer semestre
- ✓ **Red de franquicias** completamente funcionando bajo el nuevo modelo
- ✓ **Contexto competitivo difícil** – presión en precios e inflación en costes
- ✓ El equilibrio entre la competitividad y el crecimiento del beneficio bruto requiere una **fuerte negociación con los proveedores y una política de precios flexible**

## BRASIL

- ✓ **Progreso significativo** en la definición de la Propuesta de Valor al Cliente incluyendo un nuevo modelo de tienda y de franquicia
- ✓ **7 tiendas piloto** bajo el nuevo modelo que muestran un resultado positivo en términos de venta comparable (+25%) y NPS – objetivo inicio implementación a finales de 2022
- ✓ **121 cierres** al inicio del primer trimestre
- ✓ Re-establecimiento de **relaciones más sólidas con los proveedores**, incluyendo una planificación conjunta del negocio, introducción de innovaciones y apoyo promocional
- ✓ Contexto competitivo difícil – presión inflación y volumen

<sup>1</sup> Estimaciones internas basadas en datos proporcionados por Nielsen Homescan.

## ESPAÑA – PRODUCTOS PREMIADOS

- ✓ Jamón cocido Nuestra Alacena – Premio compra maestra por la OCU
- ✓ Yogurt natural DIA Lactea – mejor yogurt natural del mercado por la OCU
- ✓ Vino tinto DO Rioja Castillo de Haro Crianza 2016 y 2017 – Berliner Wine Trophy
- ✓ Vino tinto DO Ribera de Duero Heredad Barán Crianza 2017, triple premio – Mundus Vini, Catavinum World Wine&Spirits Competition, Lyon International Contest
- ✓ Helado Temptation Caramel Biscuits – mejor producto diferencial de calidad desarrollado en 2022



**Nueva  
calidad**  
Dia

## PORTUGAL – PRODUCTOS PREMIADOS

- ✓ Monte das Serralheiras vinho regional península de Setúbal / Vinho Rose DOC Palmela (vino)
- ✓ TôFrita batatas onduladas light (patatas fritas)
- ✓ Deli Salgado ultracongelado – Rissóis de leitão / Chamuças de frango / Folhado de frango con vegetais / Salmão & espinafre (bollería ultracongelada)
- ✓ O Chocalho Queijo Ovelha amanteigado (queso)
- ✓ Temptation gelado manteiga amendoim (helado)
- ✓ DIA Naturdoce de morango /pêssego (mermelada)
- ✓ Sabor Charcuteiro – alheira com caça (embutido)
- ✓ Al Punto Quinoa con Legumes (comida preparada)



**Governance**

# NUEVOS MIEMBROS REFUERZAN EL LIDERAZGO DEL CONSEJO EXPERIMENTADOS LÍDERES EMPRESARIALES GUIANDO DIA

30 de junio de 2022

Experiencia

Trayectoria clave

**Stephan DuCharme** – Presidente Ejecutivo

Retail; banca de inversión

X5 Retail Group

**Luisa Delgado**<sup>1</sup> – Coordinadora, Presidenta Comité  
Nombramientos y Retribuciones –  
Independiente

Bienes de consume; marca; RRHH

Procter&Gamble; Safilo Group

Auditoría

PwC

**José Wahnón** – Presidente Comité de Auditoría y  
Cumplimiento – Independiente

Retail; bienes de consume; marca

Carrefour; LVMH

**Sergio Dias** – Dominical

Retail; franquicias

Lojas Maia; Magazine Luiza

**Marcelo Maia** – Externo - otros  
(CEO de DIA Brasil en 2020)

Retail; bienes de consumo

Wal-Mart; Loblaw; Carrefour; JBS

**Vicente Trius**<sup>1</sup> - Independiente

Gobierno; finanzas

Tesoro español; Bankinter

**Gloria Hernández**<sup>1</sup>- Independiente

<sup>1</sup> Incorporaciones desde el 1 de julio de 2021

# LIDERAZGO EMPRESARIAL CONSOLIDADO

## CLIENTE

UNIDADES DE  
NEGOCIO



...apoyo estratégico del Centro Corporativo con un mayor enfoque en  
ESTRATEGIA, COMUNICACIÓN Y TECNOLOGÍA DIGITAL

CENTRO  
CORPORATIVO



Stephan DuCharme  
Presidente Ejecutivo

## LETTERONE: ACCIONISTA INDUSTRIAL DE REFERENCIA COMPROMETIDO A LARGO PLAZO Y PROMOTOR CLAVE DE LA ESTABILIDAD FINANCIERA Y LA CREACIÓN DE VALOR

### El compromiso de L1 con DIA en una instantánea:

- Marzo 2019: cierre de la OPA alcanzando una participación del 69.8%; inyección inicial de efectivo para resolver severas limitaciones de liquidez
- Diciembre 2019: ampliación de capital de €606 millones (incluyendo €419 millones de conversión de deuda y €37 millones de tramo de efectivo de L1), aumento de la participación a 74,8%, para apoyar la refinanciación de la deuda
- Agosto 2021: ampliación de capital de €1.028 millones (incluyendo €769 millones de conversión de deuda y €33 millones de tramo de efectivo de L1), aumento de la participación a 77,7%, para apoyar el negocio y la nueva refinanciación de deuda

- ✓ Más de €2.100 millones invertidos en DIA
- ✓ President Ejecutivo y un Consejero Dominical como parte de un Consejo independiente y diverso
  - ✓ Destacada experiencia en distribución
  - ✓ Inversor a largo plazo comprometido con DIA



# 1S 2022

## resultados financieros

## 1S22 RESULTADOS FINANCIEROS Y OPERATIVOS CLAVE



**Ventas netas**  
€3,5Bn (var. +8,5% 1S21)



**Ventas comparables Like-for-Like**  
+2,6% vs. 1S21



**N. Tiendas**  
5.733 (var. -4,3% 1S21)



**Deuda financiera neta**  
€476,1 Mn (var. 17,8% Dic.21)



**Ventas Brutas Bajo Enseña**  
€4,1 Bn (var. +0,2% 1S21)



**EBITDA ajustado<sup>1</sup>**  
€50,8mn (var. +6,5% 1S21)  
(1,5% / ventas netas)



**Resultado Neto**  
€-104,7mn (var. +0,1% 1S21)



**Capital circulante**  
€-701,6 (var. -8,8% Dic.21)

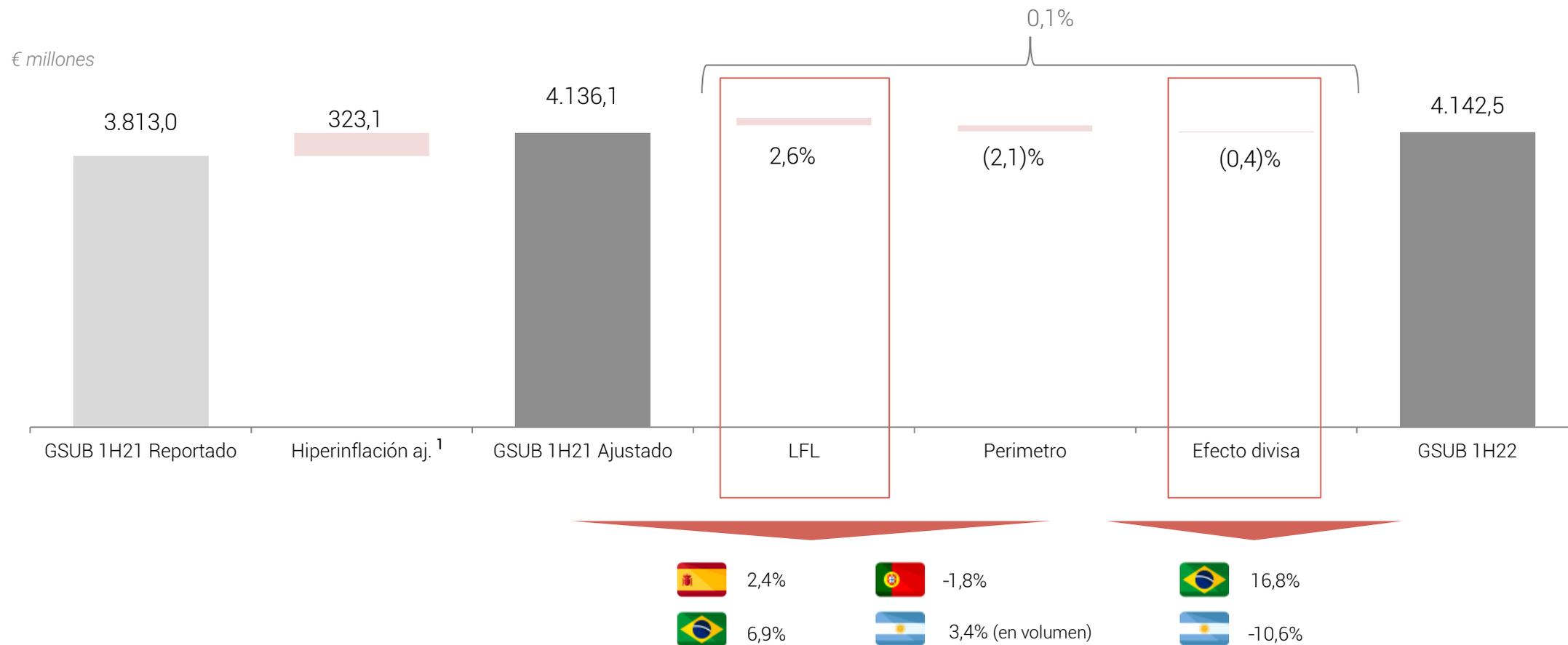
(1) EBITDA Ajustado afectado por 40,9 millones de euros de coste extra en energía y gasoil comparado con el primer semestre de 2020 y 7,4 millones de euros relacionados con el programa de remodelaciones de tiendas. 18

## GESTIÓN DE LA INFLACIÓN

- ✓ **Protección de los márgenes comerciales** a través de la **gestión del surtido y precio** para mantener un posicionamiento relativo similar en comparación con los competidores
- ✓ **Cultura de costes consciente que busca eficiencias** en toda la organización
- ✓ **Cobertura de precios de la energía:**
  - Diciembre 2021: **fijación de precios para el 50% del consumo estimado de energía para los siguientes 5 años** (España y Portugal)
  - Marzo 2022: **fijación de precios para el consumo del 92,5% de la energía para el año 2022**, solamente 7,5% expuesto a la volatilidad del mercado
  - Actualmente ultimando otros acuerdos a largo plazo en España y Brasil
- ✓ **Cobertura de tipos de interés:** cierre de coberturas sobre tipos de interés para mitigar movimientos adversos



# VENTAS BRUTAS BAJO ENSEÑA



(1) AR ajuste inflación interna: Ajuste por el incremento de precios internos sobre las ventas del primer semestre de 2021 en volumen.

## LIKE-FOR-LIKE el crecimiento demuestra la fuerza de la propuesta de valor y del nuevo concepto de tienda

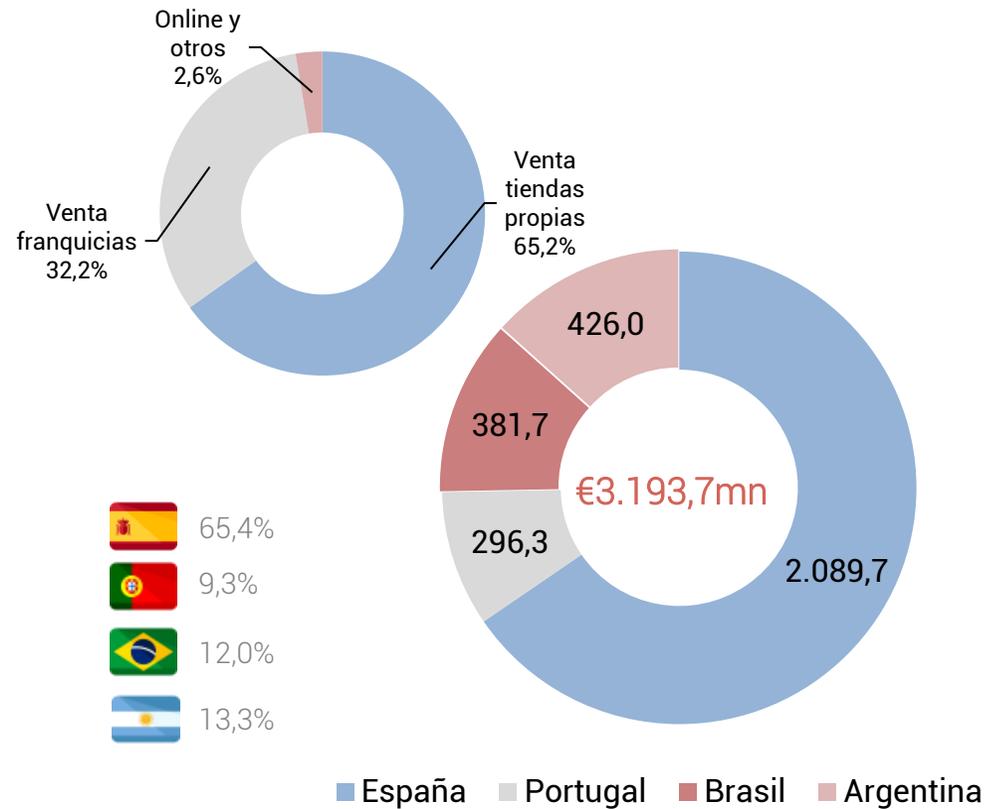
	LfL			Tickets	Avg.Basket
	Q1 <sup>1</sup>	Q2	YTD	LfL	YTD
	%			%	%
Spain	-1.8%	6.6%	2.4%	3.9%	-1.4%
Portugal	-6.8%	3.2%	-1.8%	6.9%	-8.1%
Brazil	4.2%	9.5%	6.9%	2.9%	3.9%
Argentina <sup>2</sup>	2.2%	4.5%	3.4%	13.0%	-8.5%
DIA GROUP	-1.0%	6.1%	2.6%	5.7%	-2.9%

- ✓ **Contexto económico complejo** afectando al comportamiento del consumidor, con más visitas a la tienda pero gastando menos, provocando la **caída del valor de la cesta media**
- ✓ **La inflación general en alimentación impacta positivamente las ventas comparables del sector** en términos de evolución del precio unitario medio
- ✓ **Pérdida en volumen explicada por la reducción del valor de la cesta y por el mix de productos**, con productos de marca propia ganando peso en las ventas a un precio con descuento en comparación con las marcas de terceros

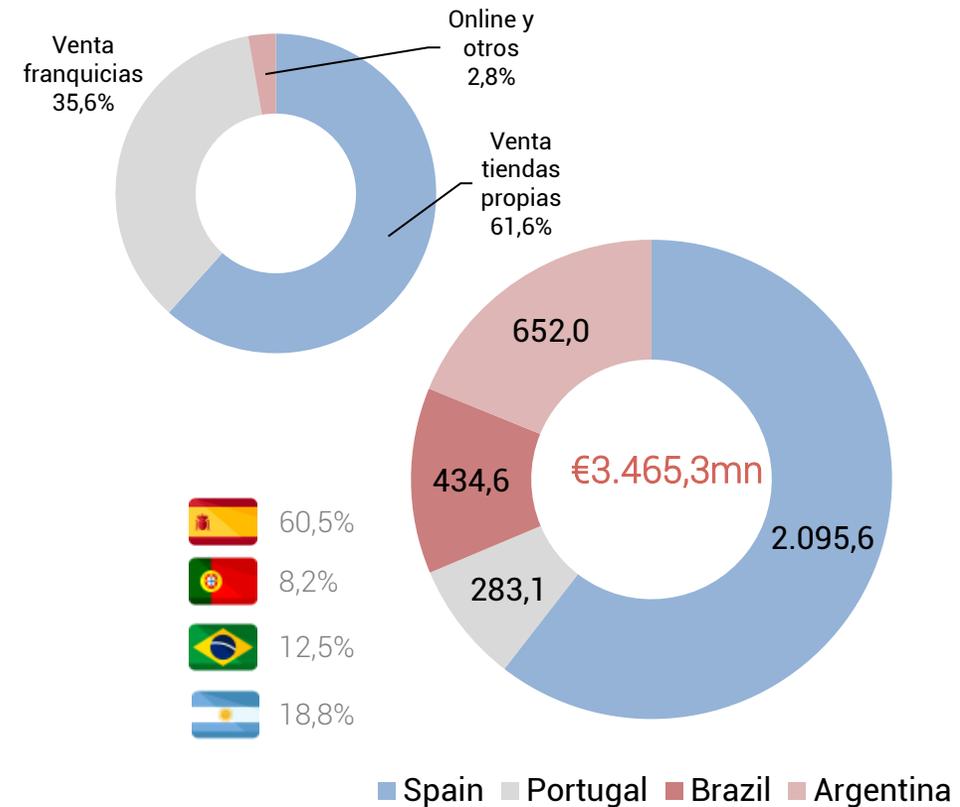
(1) Impactado por la compleja comparación con el primer trimestre de 2021.  
(2) Volumen Like-for-Like.

# DESGLOSE VENTAS NETAS: la venta de franquicias gana peso

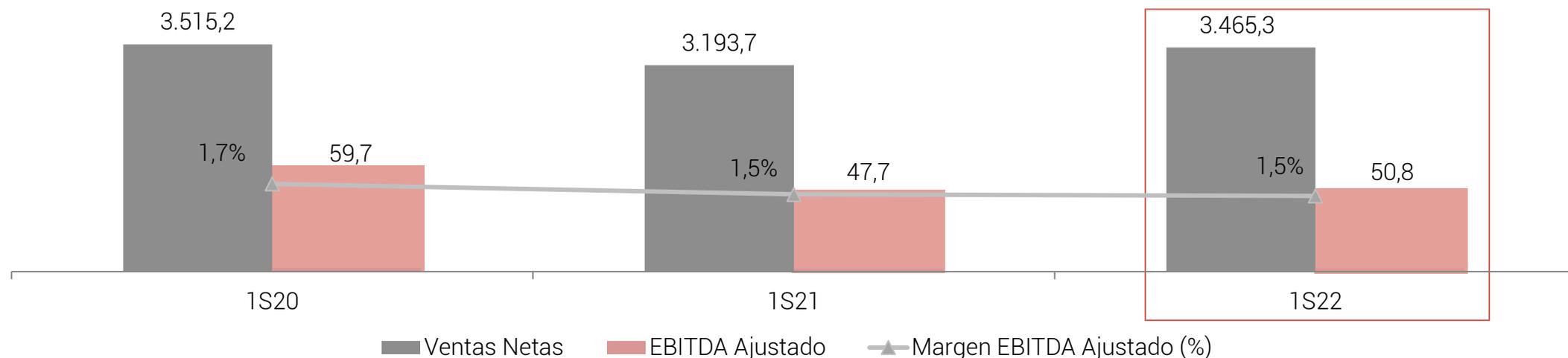
1S 2021



1S 2022



## EBITDA AJUSTADO ESTABLE a pesar de una red de tiendas menor, un contexto inflacionario y sobrecostes de energía<sup>1</sup> y gasoil



En el primer semestre de 2022 el EBITDA Ajustado se vio afectado por €40,9mn de sobrecostes de energía<sup>1</sup> y gasoil y €7,4mn de costes operativos de remodelación one off (Se remodelaron 597 tiendas a nivel de Grupo durante el primer semestre de 2022).

Excluyendo estos efectos, el EBITDA Ajustado Proforma alcanzaría los €99,1mn, lo que representaría un margen del 2,9% (El EBITDA ajustado para España habría aumentado de €44,6mn a €88,3mn)

(1) Sobrecostes comparados con el primer semestre de 2020.

## EVOLUCIÓN DEL DESEMPEÑO POR PAÍS

### ESPAÑA (€mn)

	1S 2022	1S 2021	% Var.
Ventas Brutas bajo Enseña	2.501,3	2.479,2	0,9%
Crecim. Ventas Like-for-Like	2,4%	-7,0%	
Ventas Netas	2.095,6	2.089,7	0,3%
EBITDA Ajustado	44,6	37,4	19,3%
Margen EBITDA Ajustado (%)	2,1%	1,8%	

- Las Ventas Netas han aumentado un 0,3% a pesar de tener un 3,9% menos de tiendas. Las ventas LFL experimentaron un fuerte crecimiento durante el segundo trimestre del año comparado con el primero ayudado por un incremento del número de tickets, lo que demuestra la buena aceptación del nuevo modelo de tienda y de las *superbrands* entre nuestros clientes.
- El margen EBITDA Ajustado ha mejorado hasta el 2,1% como porcentaje de las ventas netas, impulsado por la eficiencia de los costes y a pesar del incremento de los costes de la energía y gasoil, y al opex de las remodelaciones que ascendió a €43,7mn. Aislado este efecto, el margen EBITDA Ajustado alcanzaría el 4,2%.

### PORTUGAL (€mn)

	1S 2022	1S 2021	% Var.
Ventas Brutas bajo Enseña	386,9	400,8	-3,5%
Crecim. Ventas Like-for-Like	-1,8%	-5,3%	
Ventas Netas	283,1	296,3	-4,5%
EBITDA Ajustado	1,0	5,0	-80,0%
Margen EBITDA Ajustado (%)	0,4%	1,7%	

- Las Ventas Netas se vieron afectadas por un 1,0% menos de tiendas y una base comparativa complicada en el primer trimestre del año. Las ventas LFL mejoraron durante el segundo trimestre y mostraron una tendencia positiva en las primeras semanas del tercer trimestre.
- El EBITDA Ajustado disminuyó en 130pbs afectado por la disminución en el volumen de ventas y mayores gastos no repercutidos al clientes final, incluyendo sobrecostes de energía y gasoil que ascendieron a €3,8mn.

# EVOLUCIÓN DEL DESEMPEÑO POR PAÍS

## BRASIL (€mn)

	1S 2022	1S 2021	% Var.
Ventas Brutas bajo Enseña	480,0	425,8	12,7%
Crecim. Ventas Like-for-Like	6,9%	4,3%	
Ventas Netas	434,6	381,7	13,9%
EBITDA Ajustado	-11,2	-5,9	-89,8%
Margen EBITDA Ajustado (%)	-2,6%	-1,5%	

- Las Ventas Netas aumentaron un 13,9% en términos interanuales a pesar de una disminución del 18,2% en el número de tiendas, tras el cierre estratégico de localizaciones no rentables y ayudado por una revaluación del real brasileño del 17,5%. Las ventas LFL mostraron un buen comportamiento del +6,9% ayudado por el aumento general de los precios.
- El EBITDA ajustado del -2,6% se ha visto afectado por el incremento de presiones inflacionistas en la base de costes y un incremento de costes logísticos y operativos.

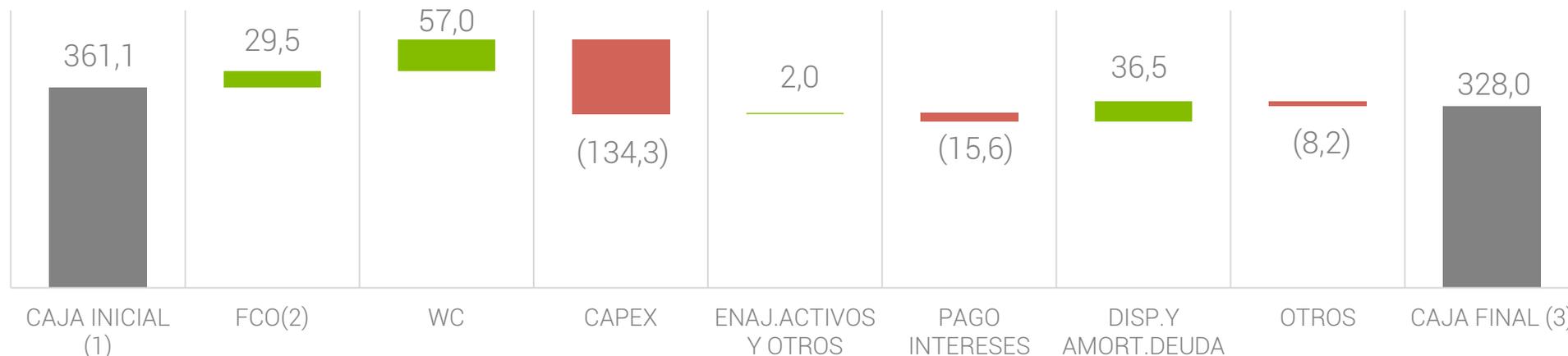
## ARGENTINA (€mn)

	1S 2022	1S 2021	% Var.
Ventas Brutas bajo Enseña	774,3	830,3	-6,7%
Crecim. Ventas Like-for-Like	3,4%	-3,9%	
Ventas Netas	652,0	426,0	53,1%
EBITDA Ajustado	16,4	11,2	46,4%
Margen EBITDA Ajustado (%)	2,5%	2,6%	

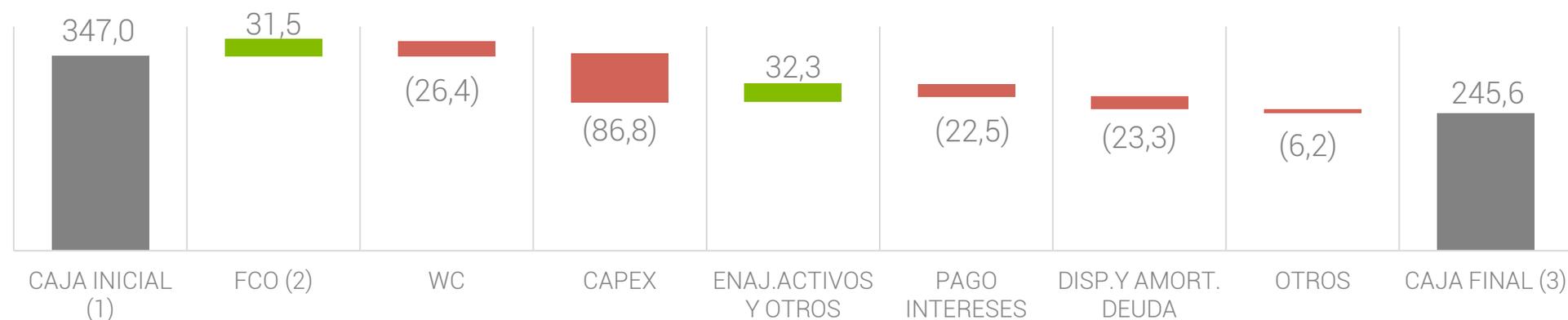
- Las Ventas Netas aumentaron un 53,1%, por un comportamiento excepcional impulsado por el éxito de las medidas operativas y comerciales implementadas y una inflación superior a la devaluación de la moneda. Las ventas LFL mostraron un comportamiento excepcional del +3,4% en términos de volumen.
- El EBITDA ajustado aumentó 10pbs impulsado por el incremento de ventas y la disciplina de costes.

# EVOLUCIÓN DEL FLUJO DE CAJA

1S 2022  
Evolución del  
Flujo de Caja  
(€ millones)



1S 2021  
Evolución del  
Flujo de Caja  
(€ millones)



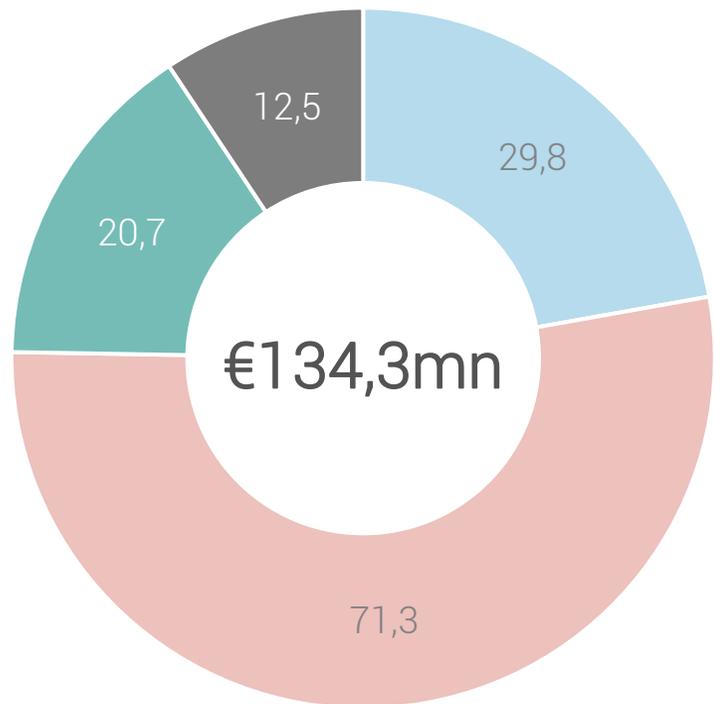
- ✓ Aumento de €57,0mn en el Capital Circulante impulsado por el aumento en Ventas Netas y por mejores condiciones de pago, compensando el impacto que el nuevo modelo de franquicia tiene en el Capital Circulante
- ✓ FCO positivo de €29,5mn, CAPEX de €134,3mn (aprox.53% relacionado con las remodelaciones), y mejora de los costes de financiación tras cerrar el proceso de refinanciación en septiembre de 2021

1. Inicio del periodo.

2. FCO calculado como "Efectivo Neto de Operaciones antes de Cambios en el Capital Circulante" menos "Pago de Arrendamientos Financieros".

3. Final del periodo.

## CAPEX DETALLADO

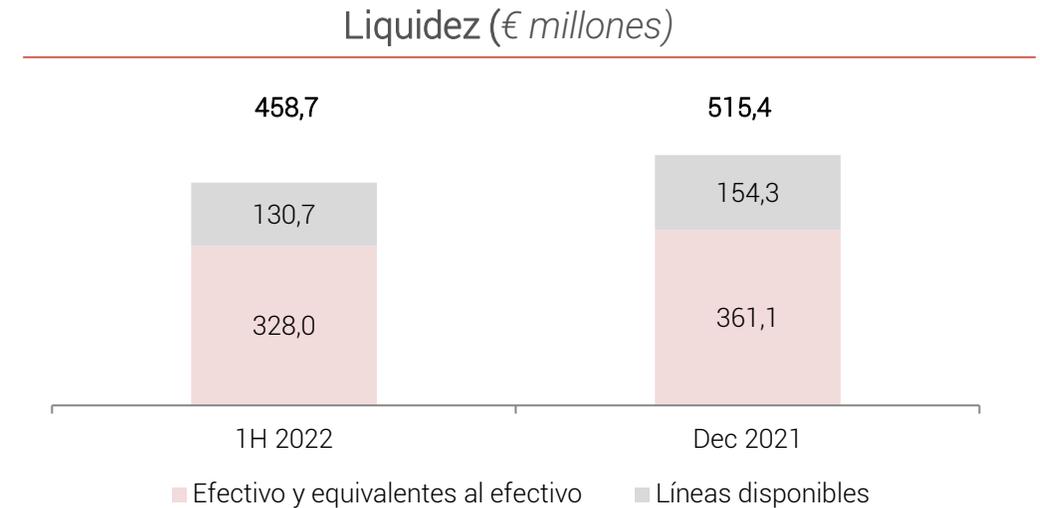
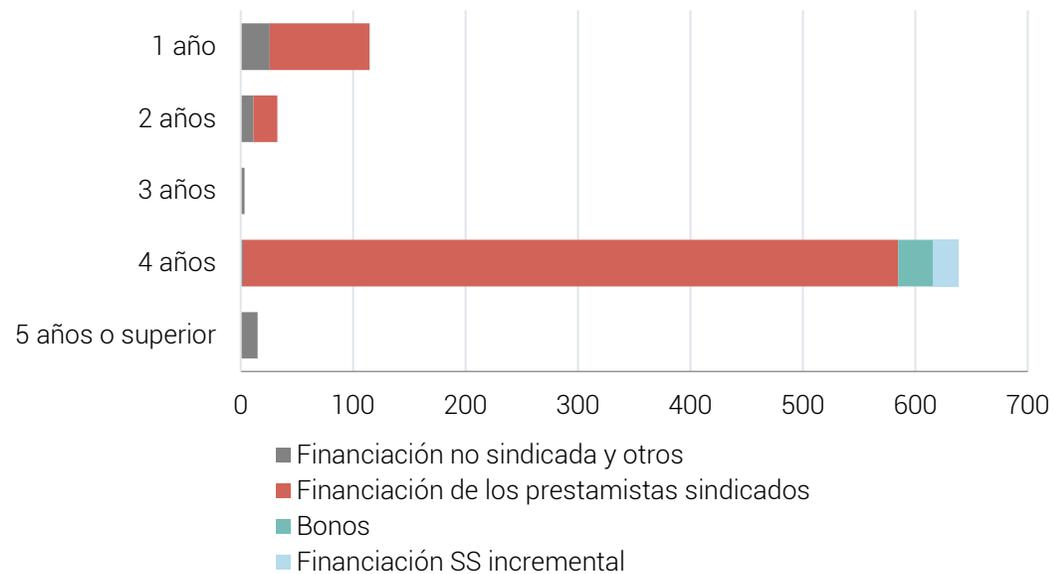


■ Aperturas ■ Otros leasing ■ Remodelaciones ■ Recurrente ■ IT

### Desglose de la inversión por país (€mn)

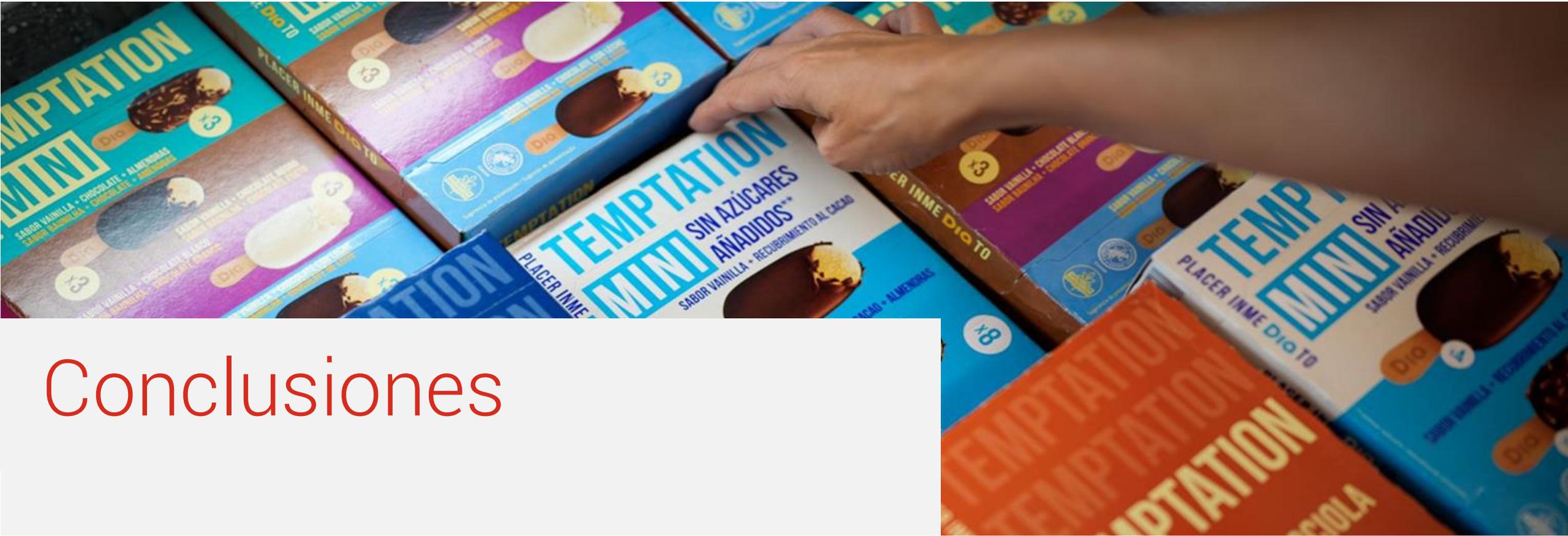
				
Aperturas	€15,0mn	-	€0,3mn	€14,5mn
Remodelaciones	€56,6mn	-	€0,4mn	€14,3mn
Recurrente	€12,6mn	€1,0mn	€1,6mn	€5,5mn
IT	€10,5mn	€0,3mn	€0,7mn	€1,0mn
	<b>€94,7mn</b>	<b>€1,3mn</b>	<b>€3,0mn</b>	<b>€35,3mn</b>

# POLÍTICA FINANCIERA DISCIPLINADA PARA PRESERVAR LA LIQUIDEZ



✓ DFN a Junio de 2022 ascendió a €476,1mn, un incremento de €72,0mn frente a €404,1mn a diciembre de 2021, impulsado por el proceso de transformación intensivo en inversión.

- ✓ El ratio DFN / EBITDA ajustado del Grupo es de 3.7x (Vs. 3.2x a diciembre de 2021).
- ✓ Ampliación de 40 millones de euros de la línea de financiación de proveedores super senior hasta el 30 septiembre de 2022 y aprobación de la ampliación de la financiación con vencimiento en julio de 2022 en Brasil y Portugal por un periodo adicional de 12 meses.



# Conclusiones

## REFORZANDO EL FOCO ESTRATÉGICO EN PROXIMIDAD

- ✓ El 2 de Agosto, DIA ha anunciado la firma de una operación estratégica con Alcampo para la venta de 235 supermercados y el almacén de Villanubla (Valladolid).
- ✓ Las tiendas incluidas en el perímetro de la transacción no encajan en el enfoque estratégico de proximidad del Grupo (por el tamaño medio de las tiendas de 760 metros y su localización).
- ✓ Con la transacción, DIA transferirá a Alcampo aproximadamente 3.540 empleados de tienda y almacén.
- ✓ Se trata de una transacción en efectivo que la compañía estima cerrar en el segundo trimestre de 2023 y está sujeta a la aprobación de las autoridades de competencia y de los prestamistas sindicados. Una vez cumplidas las condiciones suspensivas y asumiendo la ejecución completa del perímetro, el precio máximo ascendería a €267mn.
- ✓ Los activos puestos a la venta contribuyeron a junio 2022, €504mn y €8mn a las Ventas Netas y EBITDA Ajustado de los últimos 12 meses del Grupo.
- ✓ Los fondos procedentes de la operación serán destinados a acelerar la finalización de las remodelaciones de la red de tiendas de proximidad en España y para la inversión en la aceleración de nueva aperturas y al crecimiento de dicho formato de proximidad.

## CONCLUSIONES FINALES

1S 2022 – Implantación sustancial de la hoja de ruta estratégica de la compañía en España y Argentina, lo que representa el 80% de las Ventas Netas del Grupo. Progreso significativo adicional en el resto de geografías.

2 Agosto 2022 – Operación estratégica con Alcampo

Fase de consolidación – haciendo más de lo que sabemos hacer mejor (Proximidad), guiados por un sólido liderazgo, apoyados por empleados y franquiciados como embajadores de la marca, y fomentando relaciones transparentes con todos los grupos de interés.

Propuestas de valor diferenciadas de **proximidad y digital** implantadas en todas las geografías, fomentando la fidelidad del cliente a largo plazo y un crecimiento y rentabilidad sostenibles, alineada con los intereses de todos los grupos de interés en base al propósito de comunidad.

Haciendo de DIA la experiencia de compra de proximidad y digital preferida

Cada **DIA** más **cerca**



**Dia**

Contacto Relación con Inversores

[Investor.relations@diagroup.com](mailto:Investor.relations@diagroup.com)

Contacto Medios de Comunicación

[comunicacion@diagroup.com](mailto:comunicacion@diagroup.com)



# 1S 2022

## anexos



EVOLUCIÓN DE LA SUPERFICIE<sup>1</sup> ('000 m<sup>2</sup>)

	1S 2022	% / Total	1S 2021	% / total	Variac. (%)
España (incl. Clarel)	1.437,3	65,9%	1.531,9	66,1%	-6,2%
Portugal	198,4	9,1%	196,5	8,5%	1,0%
Argentina	259,4	11,9%	247,0	10,7%	5,0%
Brasil	284,5	13,1%	342,6	14,8%	-17,0%
<b>Total Grupo DIA</b>	<b>2.179,5</b>		<b>2.318,0</b>		<b>-6,0%</b>

(1) Los datos incluyen el negocio de Supermercados

## CUENTA DE PÉRDIDAS Y GANANCIAS

(€ millones)	1S 2022	1S 2021	Variac. (%)
Ventas brutas bajo enseña	<b>4.142,5</b>	<b>4.136,1</b>	<b>0,2%</b>
<i>Crecimiento de ventas comparables (%)</i>	<i>2,6%</i>	<i>-5,0%</i>	
Ventas Netas	<b>3.465,3</b>	<b>3.193,7</b>	<b>8,5%</b>
Coste de ventas y otros ingresos	(2.711,4)	(2.474,7)	9,6%
<b>Beneficio Bruto</b>	<b>753,9</b>	<b>719,0</b>	<b>4,9%</b>
Gastos de Personal	(355,3)	(353,1)	0,6%
Otros gastos de explotación y arrendamientos	(242,8)	(200,6)	21,0%
Costes de reestructuración y LTIP	(32,6)	(22,6)	44,2%
<b>EBITDA</b>	<b>123,2</b>	<b>142,7</b>	<b>-13,7%</b>
Amortización	(201,9)	(192,5)	4,9%
Deterioro de valor de activos no corrientes	(4,7)	(1,8)	161,1%
Bajas contables	(15,0)	(4,1)	265,9%
<b>EBIT</b>	<b>(98,4)</b>	<b>(55,7)</b>	<b>76,7%</b>
Resultado financiero neto	4,0	(34,8)	-111,5%
<b>EBT</b>	<b>(94,3)</b>	<b>(90,5)</b>	<b>4,3%</b>
Impuestos de Sociedades	(10,3)	(14,2)	-27,5%
<b>Resultado consolidado</b>	<b>(104,7)</b>	<b>(104,8)</b>	<b>-0,1%</b>
Operaciones discontinuadas	-	-	
<b>Resultado neto atribuible</b>	<b>(104,7)</b>	<b>(104,8)</b>	<b>-0,1%</b>

## CONCILIACIÓN DE RESULTADO NETO DEL PERIODO A EBITDA AJUSTADO POR PAÍS

	España	Portugal	Argentina	Brasil	Total Grupo
<b>Resultado del período</b>	<b>(54,8)</b>	<b>(15,1)</b>	<b>2,7</b>	<b>(37,5)</b>	<b>(104,7)</b>
Resultado financiero neto	27,0	3,8	(1,1)	10,8	40,5
Impuesto sobre beneficios	0,2	0,1	10,0	-	10,3
Amortizaciones	134,8	18,3	22,5	26,3	201,9
Resultados derivados de la posición monetaria neta	-	-	(44,5)	-	(44,5)
Beneficio / pérdida de soc. por el método de la participación	-	-	-	-	-
Deterioro de activos no corrientes	(0,5)	0,4	0,4	4,3	4,7
Resultados por bajas de activos no corrientes	5,7	(0,3)	8,1	1,4	15,0
<b>Costes de reestructuración</b>	<b>20,1</b>	<b>4,8</b>	<b>2,1</b>	<b>5,6</b>	<b>32,6</b>
Gastos relacionados con el traspaso de tiendas propias a franquicias	8,0	3,7	-	-	11,7
Gastos relacionados con el cierre de tiendas y almacenes	8,4	1,0	0,6	5,6	15,6
Gastos relacionados con procesos de eficiencia	-	-	-	-	-
Otros gastos especiales	0,6	-	0,4	0,9	1,9
Gastos relacionados con planes de incentivos a largo plazo	3,1	0,1	1,1	(0,9)	3,4
Efecto IFRS16 en alquileres	<b>(88,0)</b>	<b>(10,9)</b>	<b>(12,1)</b>	<b>(22,1)</b>	<b>(133,1)</b>
Efecto IAS 29 normativa hiperinflacionaria	-	-	28,1	-	28,1
<b>EBITDA Ajustado</b>	<b>44,5</b>	<b>1,1</b>	<b>16,4</b>	<b>(11,2)</b>	<b>50,8</b>

## BALANCE Y CAPITAL CIRCULANTE

### Balance

(€ millones)	1S 2022	2021
Activos no corrientes	2.121,4	2.018,2
Existencias	473,4	452,0
Deudores comerciales y otras cuentas a cobrar	192,3	178,0
Otros activos corrientes	66,5	61,5
Efectivo y equivalentes al efectivo	328,0	361,1
<b>Total Activo</b>	<b>3.181,6</b>	<b>3.070,8</b>
Total patrimonio neto	28,8	93,6
Deuda financiera no corriente	1.052,9	1.023,2
Deuda financiera corriente	306,8	272,5
Acreedores comerciales y otras cuentas a pagar	1.367,3	1.274,6
Provisiones y otros pasivos	425,8	406,9
<b>Total patrimonio neto y pasivo</b>	<b>3.181,6</b>	<b>3.070,8</b>

### Capital Circulante

Capital circulante (€ millones)	1S 2022	2021	Variac.
Existencias (A)	473,4	452,0	21,4
Deudores comerciales y otras cuentas a cobrar (B)	192,3	178,0	14,3
Acreedores comerciales y otras cuentas a pagar (B)	1.367,3	1.274,6	92,7
<b>Capital Circulante</b>	<b>(701,6)</b>	<b>(644,6)</b>	<b>(57,0)</b>

Capital Circulante calculado como (A+B-C)

- ✓ El Capital circulante mejora hasta los €701,6mn desde €644,6mn al final del ejercicio 2021 impulsado por el aumento de las ventas netas. Las existencias aumentan un 4,7%, cuentas a cobrar aumentan un 8,0% y las cuentas a pagar, un 7,3%.
- ✓ Al 30 de junio de 2022 las líneas de confirming alcanzan los €246,8mn comparado con los €244,0mn de diciembre de 2021.

## ESTADO DE FLUJO DE CAJA

(€ millones)	1S 2022	1S 2021
Efectivo Neto de operaciones antes de cambios en el capital circulante	<b>166,3</b>	<b>165,4</b>
Variación en el capital circulante	<b>57,0</b>	<b>(26,4)</b>
Cambios en otras cuentas a cobrar y a pagar	11,5	(6,5)
<b>FLUJOS DE EFECTIVO DE LAS ACTIVIDADES DE EXPLOTACION (A)</b>	<b>234,9</b>	<b>132,5</b>
Pagos por inversión en activos fijos	(134,3)	(63,0)
Enajenaciones de activos fijos y otros	2,0	8,6
<b>FLUJOS DE EFECTIVO DE ACTIVIDADES DE INVERSION (B)</b>	<b>(132,3)</b>	<b>(54,4)</b>
Disposiciones y amortizaciones de deuda	36,5	(23,3)
Intereses pagados y otros gastos financieros	(15,6)	(22,5)
Pago por arrendamientos financieros	(136,8)	(133,9)
Otros	2,6	8,4
<b>FLUJOS DE EFECTIVO DE ACTIVIDADES DE FINANCIACION (C)</b>	<b>(113,3)</b>	<b>(171,3)</b>
Diferencias de cambio netas (D)	(22,4)	(8,1)
<b>CAMBIOS EN FLUJOS DE EFECTIVO DURANTE EL PERIODO (A+B+C+D)</b>	<b>(33,1)</b>	<b>(101,4)</b>
Efectivo y equivalentes al efectivo al principio del periodo	<b>361,1</b>	<b>347,0</b>
Efectivo y equivalentes al efectivo al cierre del periodo	<b>328,0</b>	<b>245,6</b>