





DIA



DIA

Página 05

01 Acerca de DIA

Página 11

02 Carta del consejero delegado

Página 15

03 DIA y la responsabilidad corporativa

Página 19

04 DIA y la gestión responsable

Página 23

05 DIA y sus grupos de interés

Página 31

06 DIA y el medio ambiente



El presente documento es un
resumen ejecutivo de la Memoria
Anual 2014 que se puede
consultar completa en la web

www.diacorporate.com





Acerca de DIA

01



Nuestros Valores

EFICACIA

Trabajamos con rigor y formamos a nuestros equipos en la toma de decisiones con criterios profesionales. Buscamos la rentabilidad de nuestras acciones. Ofrecemos a nuestros clientes productos y servicios de la más alta calidad al mejor precio.

INICIATIVA

Estamos atentos a los cambios que se producen en los mercados en los que desarrollamos nuestra actividad y nos anticipamos con soluciones creativas e innovadoras.

EQUIPO

Trabajamos en equipo, con un objetivo común y de forma coordinada. Fomentamos una relación positiva para aprovechar el talento de las personas, lo que nos permite lograr los mejores resultados.

RESPETO

Respetamos nuestros compromisos. Generamos un ambiente de confianza y aceptamos la diversidad y las diferencias de opiniones, así conseguimos trabajar en un clima de seguridad, credibilidad y respeto a la persona.

CLIENTE

Nuestro principal objetivo es conseguir la satisfacción del cliente.



9.400

millones de €
de facturación

**Principales
Magnitudes**

Más de

40.800

empleados

Más de

8.300

referencias de
marcas propias*

(*) PGC

Más de

20.200

empleados generados
en franquicia

Más de

40 millones
de clientes

7.306

tiendas

4.221 propias

3.085 franquicias

42

almacenes

Indicadores de sostenibilidad

	2014	2013 *
EMPLEADOS		
Número de empleados (plantilla media)**	40.860	39.331
Horas de formación	505	388
SEGURIDAD Y SALUD		
Accidentes de trabajo	1.873	1.869
Absentismo laboral	6,21%	4,93%
MEDIO AMBIENTE		
Inversión en mejoras medioambientales (mill. euros)	8,072	7,144
Emissiones de CO ₂ (millones de kilos de CO ₂ eg)	105,96	112,06
Consumo de electricidad (kwh/m ²)	306,05	312,17

(*) Con actividades de Francia re-expresadas como interrumpidas.

(**) Incluida plantilla media de El Árbol de noviembre y diciembre.

**Valor económico
generado,
distribuido y
retenido**

	31/12/2014	31/12/2013(*)
Valor económico generado	8.132.767	8.053.151
Importe neto de la cifra de negocios	8.010.967	7.945.581
Otros ingresos	105.250	94.260
Ingresos financieros	16.447	13.310
Resultado procedente de instrumentos financieros	103	-
Valor económico distribuido	7.849.117	7.748.655
Consumo de mercaderías y otros consumibles	6.350.221	6.312.374
Gastos de personal	660.282	628.497
Gastos de explotación	580.120	549.847
Resultados procedentes del inmovilizado	11.558	7.636
Gastos financieros	57.259	46.209
Impuestos sobre beneficios	74.556	100.811
Dividendos (**)	115.121	103.281
Valor económico retenido	283.650	304.496

(*) Con actividades de Francia re-expresadas como interrumpidas.

(**) Los dividendos a 31/12/2014 corresponden a la propuesta de distribución de resultados del ejercicio 2014 que se presentará para su aprobación, mientras que los dividendos a 31/12/2013 corresponden a los pagados en el ejercicio 2014 sobre los resultados del ejercicio anterior.



Carta del consejero delegado

02

**Carta
del consejero
delegado**

**Queridos
amigos,**

Para DIA la responsabilidad social es entendida como la fórmula más eficaz de creación de valor a través de la gestión eficiente de nuestros recursos. Un compromiso constante con el entorno que centramos en el aprovechamiento de oportunidades relacionadas con nuestro desempeño; principalmente con el medio ambiente y la alimentación.

Bajo el paraguas de las políticas de RSC aprobadas por nuestro Consejo de Administración en 2013, este año hemos avanzado en distintas actuaciones correspondientes con la reducción del consumo energético, responsabilidad con nuestros grupos de interés, transparencia y control interno en materia de Buen Gobierno.

En relación al medio ambiente, y en línea con el compromiso de ahorro energético, en 2014 hemos continuado apostando por los sistemas más eficientes de consumo en tienda y almacenes, superando el objetivo marcado en 2013 de reducción del 1,5% de consumo





a nivel grupo. Asimismo, con el objetivo de perfeccionar y avanzar en nuestra información relativa al medio ambiente, hemos revisado los indicadores para ampliar la información reportada y adaptarnos a los estándares reconocidos.

En cuanto a la gestión de nuestros Recursos Humanos, en 2014 hemos completado la implantación de la encuesta de Clima Laboral en todo el perímetro del grupo. Nuestros empleados de Brasil y China han sido escuchados mediante un sistema completamente anónimo de encuesta on-line, del mismo modo que hicieron en 2013 el resto de nuestros empleados en todo el mundo, ayudando así en la elaboración y puesta en marcha de planes de acción que nos permitan estar más cerca de sus necesidades.

Durante 2014 hemos trabajado en el análisis para adaptar la normativa interna a los cambios legislativos y al nuevo Código de Buen Gobierno previstos para 2015. En línea con estos controles internos, y una vez implementado el Programa Antifraude en España, se ha comenzado ya a trabajar en la aplicación del programa en Portugal, con el objetivo de ir ampliando al resto de países en los que DIA tiene presencia. Destaca también el esfuerzo que DIA está realizando en

relación a los controles internos de gestión, concluyendo durante este 2014 la implementación del Sistema de Control Interno de la Información Financiera, SCIF, en todos los países.

DIA mantiene inalterable su compromiso con la alimentación y la infancia. Este año hemos redoblado nuestro esfuerzo en la cesión de alimentos, incrementando las entregas en España, Portugal, Brasil, Argentina y China, hasta alcanzar los 2,7 millones de kilos de alimentos. Esta cifra supone un aumento anual del 70% en los cinco países. Destaca este año el proyecto de Canastas Solidarias puesto en marcha junto a la Federación

Española de Baloncesto. Gracias al excelente trabajo conjunto, conseguimos ceder a los bancos de Alimentos en España más de 500.000 kilos de comida en solo quince días.

DIA continuará avanzando el próximo año en línea con su compromiso de crecimiento sostenible, aunando los valores que rigen nuestra compañía: Eficacia, Respeto, Equipo, Iniciativa y Cliente.

Ricardo Currás
Consejero delegado





DIA y la
responsabilidad
corporativa

03



Una actividad sostenible



DIA contribuye al bienestar de la sociedad con su actividad sostenible y respetuosa con el entorno, que permite el acceso a una alimentación de calidad a precios asequibles y genera riqueza y confianza en las comunidades donde opera gracias a una gestión eficiente de los recursos. Su actuación en materia de responsabilidad social corporativa (RSC) se rige por normas y principios de actuación propios.

Promover las mejores prácticas de gobierno corporativo, dando prioridad a la transparencia, la gestión ética en los negocios y la adecuada gestión de riesgos.

Crear y mantener una comunicación fluida y bidireccional con los grupos de interés (consumidores, empleados, franquiciados, proveedores, sociedad civil y accionistas) para conocer mejor sus expectativas y adaptar el funcionamiento del negocio de manera eficiente a la satisfacción de las mismas.



Políticas de responsabilidad social corporativa

Trabajar en la mejora continua de todos los procesos para favorecer el acceso a una alimentación de calidad a los mejores precios para el consumidor, vinculando además la acción social de la empresa con el acceso a la alimentación de los grupos más desfavorecidos o vulnerables, con especial atención a la infancia.

Impulsar y asegurar el cumplimiento del Pacto Mundial de Naciones Unidas.

Promover el respeto a la diversidad desarrollando las condiciones adecuadas para el funcionamiento de equipos con diferentes capacidades.

Apoyar la formación y el desarrollo de las personas que forman parte de la empresa.

Promover el cuidado de la seguridad y la salud de todas las personas que integran la compañía.

Contribuir a una mejor gestión de los recursos naturales y el medio ambiente, con eficiencia, innovación y eficacia minimizando los impactos negativos derivados de nuestra actividad.



DIA y la gestión responsable

04





Un modelo de gestión eficaz

DIA cuenta con un modelo de gestión eficaz que posibilita el cumplimiento de sus objetivos y garantiza los derechos de sus grupos de interés. La compañía se ha dotado de un marco normativo propio, compuesto por más de cien normas, que establece las funciones de los órganos de gobierno y las relaciones con sus grupos de interés. Dispone, además, de un sistema de gestión y control de riesgos a nivel corporativo y por países.

En 2014 siguió completando su legislación interna y continuó progresando en su política de gestión de riesgos con la definición de nuevos indicadores. Paralelamente, avanzó en su Programa Antifraude con un nuevo modelo de monitorización en España y desarrolló su Sistema de Control Interno de la Información Financiera (SCIIF), documentando los procesos de riesgos e implementando en todos los países una herramienta para su gestión.




**Consejo de
Administración**

Nombre	Cargo	Carácter del cargo
D ^a Ana María Llopis	Presidenta	Otros
D. Mariano Martín Mampaso	Vicepresidente	Independiente
D. Ricardo Currás de Don Pablos	Consejero Delegado	Ejecutivo
D. Julián Díaz González	Consejero	Independiente
D. Richard Golding	Consejero	Independiente
D. Pierre Cuilleret	Consejero	Independiente
D ^a Rosalía Portela	Consejero	Independiente
D. Antonio Urcelay Alonso	Consejero	Independiente
D. Nadra Moussalem	Consejero	Dominical
D. Nicolas Brunel	Consejero	Dominical

* Ricardo Currás de Don Pablos, consejero delegado de la Sociedad.

**Comisiones del
Consejo de
Administración**

Nombre	Comisión de retribuciones y nombramientos	Comisión de auditoría y cumplimiento
D ^a Ana María Llopis	-	-
D. Mariano Martín Mampaso	Vocal	-
D. Ricardo Currás de Don Pablos	-	-
D. Julián Díaz González	-	Presidente
D. Richard Golding	-	Vocal
D. Pierre Cuilleret	Presidente	-
D ^a Rosalía Portela	-	-
D. Antonio Urcelay Alonso	-	-
D. Nadra Moussalem	-	Vocal
D. Nicolas Brunel	Vocal	-





DIA y sus grupos de interés

05

Promoviendo el diálogo

DIA ha identificado seis grupos de interés que contribuyen a su actividad y se ven beneficiados o perjudicados por ella: empleados, clientes, franquiciados, proveedores, accionistas y, en general, la sociedad. A lo largo del ejercicio, continuó promoviendo el diálogo con estos colectivos para conocer y dar respuesta a sus legítimas inquietudes.



EMPLEADOS

DIA tiene 40.860 empleados en España, Portugal, Argentina, Brasil y China. Sus relaciones laborales se basan en los derechos humanos y laborales reconocidos internacionalmente y en las Políticas de Responsabilidad Social Corporativa aprobadas por el grupo: promoción de la diversidad, apoyo a la formación y al desarrollo profesional y cuidado de la seguridad y salud de los trabajadores.

Dentro de este marco de actuación, diseñó un sistema de gestión de talento a nivel global y mejoró la comunicación interna en España con un Portal del Empleado con acceso desde internet al que pueden acceder todo el personal, incluyendo el de tiendas y almacenes.

Nace "Estar al DIA", publicación que difunde las noticias más interesantes del grupo, revela aspectos clave de la compañía como la marca o las franquicias, explica la labor de los departamentos y da a conocer a diferentes personas que trabajan en la compañía.

Plantilla media por países

	2014	2013
España	23.219 *	22.522
Portugal	3.558	3.805
Brasil	7.613	6.868
Argentina	4.567	3.875
China	1.903	2.261
TOTAL	40.860	39.331

(*) Incluida plantilla media de El Árbol de noviembre y diciembre.



CLIENTES

Más de 40 millones de clientes confían en DIA. Lograr su satisfacción es el eje sobre el que gira su modelo de negocio. La densificación de las tiendas, la mejora de los formatos comerciales, el enfoque multicanal y la creciente especialización acometidas por la compañía en 2014 contribuyeron a estrechar los lazos con los clientes.

DIA continuó incrementando su número de tiendas: en 2014 sumó a su red comercial 843 establecimientos nuevos, con lo que ya son 7.306 las tiendas del grupo en todo el mundo.

Para ofrecer el mejor servicio al consumidor, hacer más grata su experiencia de compra y aumentar la frecuencia de sus visitas, siguió apostando por la especialización en productos frescos, en productos especiales y en artículos de salud, higiene y belleza. Además, mejoró sus formatos de tienda, incrementando las altas de su programa de fidelización, y llevó sus cupones descuentos a China.

En el ámbito de la comunicación, estrechó su cercanía con los clientes con fórmulas novedosas de acercamiento como la iniciativa culinaria "Demos la vuelta al DIA" y una creciente presencia en las redes sociales.



FRANQUICIADOS

DIA considera a sus franquiciados como excelentes embajadores de la marca y pieza fundamental de su modelo de negocio. Tras la creación de 324 franquicias en 2014, el número de establecimientos franquiciados se elevó a 3.085 y el empleo generado por la franquicia se situó en los 20.204 trabajadores.

La compañía aprovecha el conocimiento del mercado local de los emprendedores, al tiempo que les transfiere su know how y garantiza la rentabilidad de su negocio con una marca fuerte, una imagen de precio imbatible y una cadena de distribución eficiente.

Durante el vigesimoquinto aniversario de la franquicia DIA, aceleró la captación de franquicias con un nuevo portal destinado a potenciales franquiciados en España, abrió nuevas vías de comunicación con los emprendedores y premió su dedicación y compromiso con los "I Premios Franquiciados DIA España 2014".



	Número de franquicias	Empleo generado por la franquicia
España	1.646	6.182
Portugal	288	2.106
Brasil	495	8.080
Argentina	486	3.037
China	170	799
TOTAL	3.085	20.204



PROVEEDORES

DIA cuenta con la colaboración alrededor de 4.000 proveedores en todo el mundo para hacer posible su oferta de productos de calidad a precios bajos. De cara a mantener una cadena de valor eficiente y contribuir al desarrollo de las zonas donde opera, prioriza la selección de empresarios locales capaces de garantizar la calidad y seguridad de sus productos. Así, el 84% de los proveedores, más de 3.000 en total, son empresas locales que surten directamente a alguna de las divisiones nacionales de la compañía.

La relación con los proveedores está regulada por las Normas Internas de Conducta, que establecen un trato de lealtad en un marco de prácticas comerciales transparentes. Según esta regla, los proveedores deben ser seleccionados exclusivamente en función de competencia, calidad de sus productos y condiciones de compra.

Con vistas a favorecer el intercambio de información financiera, comercial y logística, pone a su disposición tres webs de uso exclusivo y mantiene el contacto con las grandes compañías a través de la plataforma de gestión DIA World Trade.





ACCIONISTAS

DIA consigue año tras año generar valor para el accionista mediante una gestión eficiente, que prima la rentabilidad y la visión de futuro. En 2014, realizó diversas operaciones corporativas orientadas a maximizar su valor y aumentó la remuneración al accionista con un dividendo de 0,16 euros por acción a cuenta de los resultados de 2013.

La compañía aporta periódicamente información relevante y veraz sobre su situación. Realiza, además, eventos como el DIA Investor's Day celebrado en marzo en Barcelona.

Este esfuerzo por mantener una relación fluida y transparente obtuvo el reconocimiento de la comunidad financiera. Institutional Investors, publicación de prestigio en el mundo financiero que elabora un ranking con los mejores ejecutivos, eligió al equipo de Relación con Inversores el mejor de Europa en el sector Food Retail.

SOCIEDAD

El acceso a la alimentación de los colectivos más desfavorecidos o vulnerables, la lucha contra el desperdicio alimentario y la atención a las necesidades de la infancia centraron la acción social de DIA.

Durante el año, declarado Año Lucha contra el Desperdicio Alimentario en Europa, redujo los excedentes de su cadena de suministro y batió un nuevo récord de donaciones a Bancos de Alimentos en los cinco países donde está actualmente presente, con 2,7 millones de kilos.

DIA colaboró con distintas ONG y otras entidades en campañas de ayuda social y puso a su disposición su red comercial para la venta de productos solidarios. Su labor humanitaria recibió el premio de Cáritas "Entidades con Corazón" y el reconocimiento de la Cruz Roja en su 150 aniversario.





DIA y el medio ambiente

06

Disminuyendo la huella ambiental

DIA innova en su trabajo diario para reducir el consumo energético, disminuir la huella ambiental de sus actividades logísticas y gestionar adecuadamente sus emisiones, consumos y residuos. En 2014, formalizó, difundió e implantó a nivel de grupo su Política Ambiental, que establece los principios generales que rigen en la gestión y planificación de la actividad de la empresa integrando criterios de eficiencia y sostenibilidad.

Cumplir

Cumplir con la legislación vigente en materia de medio ambiente, de aplicación en cada uno de los países en los que el Grupo DIA esté presente.

Promover

Promover el uso responsable de los recursos.

Política ambiental de DIA

Adoptar

Adoptar medidas para la reducción de emisiones de gases de efecto invernadero.

Aplicar

Aplicar criterios de sostenibilidad y eco diseño al desarrollo de productos y embalajes.

Alentar

Alentar al personal a través de la formación y la sensibilización.

Trabajar

Trabajar activamente en la identificación de oportunidades de mejora a través del desarrollo y puesta en marcha de procedimientos que nos permitan el autodiagnóstico en materia medioambiental.

Gestionar

Gestionar los residuos generados siguiendo el modelo de jerarquización de residuos; priorizando la prevención y evitando en lo posible su eliminación.

Ahorro energético

La reducción del consumo energético es compromiso fundamental en la política de medio ambiente de DIA y una de sus principales ventajas competitivas en un sector caracterizado por el uso intensivo de energía.

A lo largo del ejercicio, la compañía siguió desarrollando proyectos de mejora de la eficiencia energética y consiguió superar el objetivo marcado de reducción del 1,5% del consumo energético: el consumo eléctrico pasó de los 312,17 kwh/m² registrados en 2013, hasta los 306,05 kwh/m² de 2014. Asimismo, renovó las certificaciones E.On que acreditan el uso de este tipo de energías procedentes de fuentes exclusivamente renovables en el 70% de las tiendas españolas.

Gestión logística

DIA continuó trabajando en el perfeccionamiento de una cadena de suministro eficiente y responsable con su entorno, que busca reducir en lo posible las emisiones de CO₂ a la atmósfera.

La compañía inició un proyecto para el análisis y puesta en marcha de camiones con motores más eficientes y completó el diagnóstico ambiental de los almacenes de DIA en España, como paso previo al análisis global de todas las instalaciones del grupo. Simultáneamente, trabajó en una herramienta propia que permitirá el cálculo de la huella de carbono de sus instalaciones y actividades y revisó en profundidad los indicadores ambientales para adaptarse a los estándares generalmente reconocidos.





Reducción de emisiones, consumos y residuos

Consumir menos y reutilizar y reciclar más son las consignas de DIA para minimizar el impacto de sus actividades en el medio ambiente. Este espíritu, que forma parte de la cultura empresarial de DIA, se plasmó en el marco definido en 2014 sobre el que se constituye el sistema de gestión medioambiental global.

Además de usar de forma eficiente los recursos naturales e intentar reducir en lo posible sus emisiones contaminantes, la compañía siguió utilizando criterios de ecodiseño en los embalajes de sus productos, potenciando la reutilización y el reciclaje frente al depósito en vertedero y alentando una conducta responsable entre sus clientes y empleados.



Resumen cuadros GRI

LA1.1 RR.HH. Tipos de contrato.

Contratos indefinido (%).				
	2011	2012	2013	2014
Total DIA	85,34	84,54	86,29	87,24

Contratos temporal (%).				
	2011	2012	2013	2014
Total DIA	14,66	15,46	13,71	12,76

EN3 Consumo directo de energía por fuente primaria de energía. (Fuentes móviles)

Eficiencia Total (km)/mil uds de productos vendidos.				
	2011	2012	2013	2014
DIA				
Argentina	14	15	18	9
Brasil	19	10	9	8
China	23	12	14	24
España	21	21	13	12
Francia	18	19	20	
Portugal	23	24	29	25
Turquía	27	29		
Total DIA	20	18	15	12
Clarel				
España				33
Portugal				73
Total Clarel				35
Total Grupo DIA				13

EN4 Consumo Indirecto de energía fuentes primarias. (electricidad y energías renovables).

	Año 2013	Año 2013	Año 2014	Año 2014	
	Consumo eléctrico anual (Kwh)	Eficiencia= Consumo kwh / Superficie m ²	Consumo eléctrico anual (Kwh)	Eficiencia= Consumo kwh / Superficie m ²	Eficiencia Año 2014 vs Eficiencia Año 2013
	TOTAL	Sin FOFO	TOTAL	Sin FOFO	Sin FOFO
Argentina	114.332.126,00	521,49	131.168.617	551,78	5,81%
Brasil	57.789.427,00	171,14	70.288.011	179,21	4,72%
China	16.579.000,00	221,47	15.076.417	206,31	-6,85%
España	506.080.346,76	348,81	503.118.769	331,74	-4,89%
Portugal	89.164.311,00	367,35	91.600.000	372,17	1,31%
Grupo	783.945.210,76	337,12	811.251.813,97	329,01	-2,41%

EN8 Captación de aguas.

Eficiencia = m³ agua/m² (superficie venta + almacén).

Captación aguas	2011	2012	2013	2014
DIA				
Argentina	0,441	0,409	0,044	7,110
Brasil	0,265	0,440	0,395	1,413
China	0,500	0,520	0,585	1,857
España	0,209	0,218	0,193	0,705
Francia	0,307	0,291	0,248	0
Portugal	1,176	0,889	1,015	2,802
Turquía	0,181	0,432	0	0
Total DIA	0,334	3,199	0,294	1,857
Clarel				
España				0
Portugal				0

EN16 Emisiones. Fuentes móviles.

Eficiencia. Emisión de CO2 por total fuentes móviles (kg CO2 eq /mil unidades de productos vendidos).				
	2011	2012	2013	2014
DIA				
Argentina	11,478	12,638	14,963	7,353
Brasil	14,103	11,155	9,378	9,144
China	13,552	2,62	1,550	17,126
España	18,469	18,356	11,010	1,052
Francia	18,244	18,546	19,487	0
Portugal	23,722	21,353	30,055	27,270
Turquía	18,306	19,211	0	0
Total DIA	17,339	16,285	13,634	2,099
Clarel				
España				29,966
Portugal				72,419

PRIB Evaluación de los impactos del producto en la salud y seguridad del cliente. Control Calidad.

Número de análisis TOTALES.				
	2011	2012	2013	2014
DIA				
Argentina	39.697	43.996	48.065	57.950
Brasil	73.617	85.007	110.180	136.868
China	24.441	26.355	23.114	11.471
España	367.293	384.268	405.439	398.861
Portugal	71.169	71.928	66.083	74.016
Clarel				
España				0
Portugal				0

Número de Auditorías Internas realizadas (Cadena de frío, Limpieza e higiene, Laboratorios Internos, Auditoría de Tienda).		
	2013	2014
DIA		
Argentina	154	205
Brasil	131	375
China	36	91
España	1.061	1.130
Portugal	47	175
Total	1.061	1.976

PR2B Incidentes calidad seguridad.

Número de incidentes / N° de análisis (%).				
	2011	2012	2013	2014
DIA				
Argentina	85%	16%	13%	10%
Brasil	3%	3%	5%	6%
China	4%	4%	5%	5%
España	24%	20%	18%	17%
Portugal	11%	11%	14%	12%
Clarel				
España				0%
Portugal				0%

PR4B Incumplimientos calidad de etiquetado.

Número de incidentes etiquetado / N° de Análisis.				
	2011	2012	2013	2014
DIA				
Argentina	0,07%	0,20%	0,12%	0,30%
Brasil	0,11%	0,12%	0,35%	1,18%
China	0,11%	0,04%	0,20%	0,10%
España	0,19%	0,56%	0,43%	0,49%
Portugal	0,58%	0,15%	0,08%	0,16%
Clarel				
España				0,00%
Portugal				0,00%

PR5 Prácticas con respecto a la satisfacción del cliente.

Número total de escuchas de clientes.					
	2011	2012	2013	2014	Diferencia 2014-2013
DIA					
Argentina	1.057	1.831	1.582	2.438	54%
Brasil	10.884	81.140	57.077	69.588	22%
China	819	823	831	659	-21%
España	3.585	3.867	3.918	3.809	-3%
Portugal	515	484	353	484	37%
Clarel					
España				0	
Portugal				0	
Total	16.860	88.145	63.761	76.978	21%



Edita:

DIA, S.A.

Parque empresarial de las Rozas - Edif. TRIPARK
C/ Jacinto Benavente 2 A 28232 Las Rozas. Madrid - España

Realización y coordinación:

DEVA | Comunicación financiera y sostenibilidad

Diseño:

STROCEN.COM | New Corporate Design

Fotografía:

Jesús Umbría / DIA

Las cuentas anuales de Distribuidora Internacional de Alimentación S.A. y cada una de sus filiales se encuentran registradas de acuerdo con la normativa vigente de cada país.



El presente documento es un resumen ejecutivo de la Memoria Anual 2014 que se puede consultar completa en la web

www.diacorporate.com

