



dm Italia chiude l'esercizio 22-23 con un fatturato di circa 140 milioni di euro e una crescita di oltre il 30%.

**L'azienda punta sempre di più sul digitale con lo shop online lanciato a ottobre 2022
e l'app "la mia dm": più di 50.000 utenti attivi ogni mese.**

- dm Italia raggiunge i 140 milioni di fatturato con un incremento di oltre il 30% sull'anno precedente
- aperti 10 nuovi punti vendita nell'anno fiscale appena concluso e previsti 10 nuovi store nei prossimi mesi
- fino a 900.000 clienti al mese negli 81 punti vendita
- dm Italia sempre più digitale con lo shop online e l'app "la mia dm"
- ribasso e blocco del prezzo di oltre 1.000 prodotti per contrastare il caro-vita, garantito per almeno 4 mesi
- nuovo design per i punti vendita
- continua attenzione per la sostenibilità nell'assortimento e in campo energetico

Clients in aumento, la previsione di aprire nuovi punti vendita, lo sviluppo dello shop online, l'attenzione alla sostenibilità: sono solo alcuni dei punti chiave **del gruppo dm**, catena di drugstore oggi presente in 14 Paesi in Europa. Per l'Italia l'anno fiscale (ott. 2022 – sett. 2023) si è chiuso in netta crescita, **con un incremento di oltre il 30% per un fatturato di circa 140 milioni di euro, e fino a 900.000 clienti al mese**. dm Italia conta oggi un totale di **81 punti vendita sul territorio, di cui 10 inaugurati in questo esercizio**. La previsione è quella di aprirne altrettanti nei prossimi mesi.

Le nuove aperture hanno permesso non solo un'ulteriore e concreta vicinanza al cliente, ma anche un maggior impatto occupazionale: dm Italia vanta ora un team di **circa 100 persone in più rispetto allo scorso anno**, per un totale di oltre **700 collaboratrici e collaboratori, di cui più dell'80% donne**.

dm Italia si afferma ogni anno di più sul panorama aziendale italiano, dato confermato anche **dall'adesione, a partire da aprile, al gruppo di aziende associate a Federdistribuzione**, che da oltre sessant'anni riunisce e rappresenta le imprese della distribuzione moderna, alimentari e non, operanti in Italia. L'associazione interpreta le esigenze delle imprese che esprimono il commercio nella sua forma più moderna e organizzata, favorendone la crescita per contribuire allo sviluppo del Paese.

Dallo store online alla nuova app "la mia dm": dm Italia sempre più digitale

In **un'ottica di digitalizzazione**, **dm** ha investito nel progetto e-commerce e ha lanciato ad ottobre 2022 lo shop online (dm-drogeriemarkt.it) che consente a tutti, in tutta Italia, da Nord a Sud, isole comprese, di acquistare gli **oltre 12.000 prodotti disponibili sul sito** (tra brand commerciali e marchi propri, come **Balea, alverde, Mivolis e dmBio**), ricevendoli direttamente a casa propria o in store.

In alternativa si può scegliere il **ritiro express**: questa modalità, che evita imballaggi e spedizioni, consente di acquistare direttamente dal sito internet i prodotti disponibili in punto vendita, dove l'ordine verrà preparato e sarà pronto per il ritiro in sole 2 ore.

Lo store online ricrea un'esperienza omnichannel offrendo una piattaforma di ultima generazione con un'interfaccia intuitiva, semplice, gradevole e ricca di contenuti.

STUDIO FANFANI PR
PR & COMMUNICATION

studio@elisabettafanfani.com

02.20241750
331.5758864 - 339.4968368



Oltre allo shop online, è stata lanciata, nel dicembre 2022, anche l'applicazione **"la mia dm"**, per dispositivi mobili, fruibile sia sui sistemi Apple che Android. L'app è stata accolta con molto entusiasmo da parte dei consumatori: dal lancio sono stati infatti registrati oltre **260.000 download**.

Il **sito dm e l'app** sono diventati il nuovo punto di incontro e luogo di fedeltà al marchio; lo dimostrano **i 50.000 utenti online attivi ogni mese e i 160.000 account creati**.

"La percentuale degli ordini effettuati tramite app è in continua crescita", informa Hubert Krabichler, CEO di dm Italia. "Questo è sinonimo per noi di efficienza e funzionalità e dimostra quanto l'esperienza di acquisto sia facile ed immediata per il cliente."

Il desiderio di innovazione digitale di dm si concretizza inoltre attraverso l'utilizzo di un nuovo software progettato internamente da dm che sfrutta le nuove tecnologie dell'intelligenza artificiale. Questo sistema rende ancora più semplice ed efficace la sinergia e la collaborazione tra tutti i paesi del gruppo, abbattendo le barriere linguistiche e ottimizzando la comunicazione.

dm vicina ai suoi clienti - Prezzi fissi e ribassati su oltre 1.000 prodotti

"Il nostro impegno è volto ad assicurare qualità dei prodotti, innovazione, sostenibilità ambientale e sociale, in una filiera orientata a un elevato livello di efficienza, valorizzazione della produzione e competitività dell'offerta - ha dichiarato Hubert Krabichler, CEO di dm Italia - per questi motivi tengo a ribadire come sia indispensabile garantire a tutti la certezza di poter fare una spesa completa e conveniente anche quando tutto costa di più."

Per procedere in questa direzione, **dm** ha deciso di **abbassare il prezzo di oltre 1.000 referenze**. **L'azienda si impegna a dare così** un'importante garanzia a tutti i consumatori che potranno contare su prezzi ancora più convenienti, per un minimo di 4 mesi.

Questo progetto, già avviato da dm Italia a partire da settembre, viene portato avanti anche grazie **all'adesione all'iniziativa «Trimestre anti-inflazione»** promossa dal Ministero delle Imprese e del Made in Italy, che prevede il contenimento dei prezzi dei prodotti di prima necessità, alimentari e non alimentari, dal 1° ottobre al 31 dicembre 2023.

L'ampio e vario assortimento, costantemente implementato con nuovi prodotti, consente ai clienti dm di fare una spesa quotidiana completa a prezzi vantaggiosi, massimizzando il proprio budget.

Un design intuitivo per i punti vendita

A partire dalle ultime aperture, e per le successive che arriveranno, l'azienda **ha progettato un nuovo design dei punti vendita**, creando all'interno degli store alcune "isole" divise per categorie di prodotto, pensate per **agevolare la customer journey**. Nel dettaglio, questo nuovo concept planimetrico, caratterizzato da un **design unico e intuitivo e una panoramica ottimale**, garantita anche dalla modifica della posizione e dall'utilizzo di scaffali più bassi, agevola i clienti durante l'esperienza d'acquisto. Permette inoltre di creare un angolo dedicato alla bellezza, progettato per immergere e ispirare i clienti durante la loro permanenza nel punto vendita.

STUDIO FANFANI PR
PR & COMMUNICATION

studio@elisabettafanfani.com

02.20241750
331.5758864 - 339.4968368



Per promuovere la sostenibilità ambientale, il progetto prevede inoltre la riduzione dell'impronta di CO₂ e del fabbisogno energetico all'interno dei punti vendita, insieme al sempre maggior impiego di materiali riciclati e riciclabili.

Il primo punto vendita che segue questo modello è stato inaugurato nel maggio 2023 e si trova in prossimità dell'headquarter di dm, all'interno del centro commerciale Adigeo a Verona. I clienti del "megastore" possono trovare, organizzata su un unico piano di oltre 500 m² e ancora più valorizzata con questa nuova disposizione, la proposta completa di dm: oltre 14 mila referenze, più di 600 marche, di cui 26 sviluppate in house (come **Balea**, **dmBio**, **alverde**, **babylove**, **Mivolis**) dedicate al benessere e alla bellezza, al food bio, all'infanzia, alla cura della casa e degli animali.

dm sostiene l'ambiente - efficienza e risparmio energetico

Il desiderio di preservare il pianeta è uno dei pilastri su cui si fonda dm: ogni scelta d'acquisto influisce sull'ambiente e l'azienda ne è consapevole.

Proprio per questo propone, a chi condivide con essa il valore della sostenibilità, scelte di acquisto alternative e sostenibili, inserendo all'interno del suo assortimento prodotti *green* che spaziano dalla cosmetica naturale certificata, ai prodotti solidi come shampoo e deodoranti, alla cura corpo priva di microplastiche, fino ai prodotti di alimentazione biologica. Sempre in quest'ottica, **dm** sta lavorando per sostituire gradualmente i packaging con nuove confezioni realizzate fino al 100% in materiali riciclati. In alcuni punti vendita, sono inoltre disponibili i distributori di detersivi biologici certificati alla spina, un'alternativa sostenibile e più economica per prendersi cura della casa e del bucato.

dm ha investito e continua nel suo impegno anche dal punto di vista del **risparmio energetico**. Ha deciso infatti di avvalersi da quest'anno della collaborazione di un **Energy Manager** esperto, che supporterà l'azienda nelle analisi dei consumi di energia dei punti vendita e della sede centrale, per limitarne al minimo l'utilizzo e ottimizzare il relativo risparmio.

In dieci store sono già attivi impianti fotovoltaici e l'obiettivo è quello di aumentare le installazioni nel prossimo futuro. **La maggior parte dei punti vendita e la sede centrale sono inoltre alimentati con energia proveniente da fonti rinnovabili.**

Per promuovere un utilizzo ancora più consapevole dell'energia, sono stati messi a disposizione di tutti i collaboratori dei nuovi corsi di formazione ad hoc, con lo scopo di sensibilizzarli verso l'utilizzo consapevole delle risorse energetiche.

I collaboratori: formazione continua e creatività proattiva

Implementare le relazioni fa parte del DNA di **dm**. Un rapporto, quello con i dipendenti, simbiotico che viene alimentato e curato quotidianamente. **dm** favorisce la creatività e la crescita personale ed investe nei propri collaboratori attraverso **corsi di formazione e aggiornamento**, che permettono una crescita professionale, individuale e organizzativa. All'interno del gruppo, personalità, prospettive, idee si incontrano dando vita a soluzioni, progetti e collaborazioni, che generano un incontro tra dipendenti il cui rapporto non è solo lavorativo

STUDIO FANFANI PR
PR & COMMUNICATION

studio@elisabettafanfani.com

02.20241750

331.5758864 - 339.4968368



ma di **sinergia tra i membri** che lo compongono. **Per dm la diversità del lavoro si basa sull'inclusione**, sul continuo confronto di idee, culture, punti di vista.

dm da sempre pone le persone al centro della sua filosofia e promuove **"Un'idea diversa di lavoro"**, in un ambiente professionale contraddistinto da principi di parità, trasparenza e integrità. Questo contesto stimolante consente ai suoi collaboratori di sviluppare il proprio potenziale, superandosi ogni giorno. Con questo spirito è attiva l'iniziativa **"Un giorno vale di più"**, progetto che offre la possibilità a tutti i colleghi di godere di un giorno di permesso o ferie in più ogni anno da dedicare a cause e progetti in favore della sostenibilità, del sociale e della comunità in generale, promuovendo così la responsabilità sociale, la crescita personale e l'acquisizione di nuove competenze.

Un'altra priorità di **dm** è garantire ai propri collaboratori condizioni di lavoro e di vita sane: l'azienda ha quindi promosso l'iniziativa **"Settimane internazionali del benessere"**, che si svolge tra il 9 ottobre e l'11 novembre 2023. In questa occasione vengono organizzate alcune attività, momenti di condivisione e webinar che invitano tutti i collaboratori a riflettere sul tema benessere, dal punto di vista fisico, psicologico e sociale.

dm nel futuro

Per l'attuale esercizio è previsto un importante **investimento media**, che vedrà anche **dm Italia** sbarcare in televisione, protagonista di uno spot che andrà in onda sulle principali emittenti nazionali.

"Abbiamo davanti a noi mesi impegnativi e ricchi di sfide per poter raggiungere tutti gli obiettivi che ci siamo prefissati" – commenta Hubert Krabichler, CEO di **dm Italia** – "Portiamo avanti con fermezza il nostro piano di sviluppo, con la convinzione sempre maggiore che investire nel benessere delle persone significa essere orientati al futuro".

dm in pillole

dm drogerie markt, fondata in Germania nel 1973,

è la più grande catena commerciale europea di drugstore, presente in 14 Paesi.

Entrata nel mercato italiano dal novembre 2017, conta ad oggi, ottobre 2023, 81 punti vendita sul territorio.

La filosofia del brand è quella di offrire una combinazione unica con un'offerta specializzata ad un prezzo conveniente, anche grazie alle marche private che sono ben 26 tra cui Balea, alverde, Mivolis e **dmBio**.

www.dm-drogeriemarkt.it

**STUDIO FANFANI PR
PR & COMMUNICATION**

studio@elisabettafanfani.com

02.20241750

331.5758864 - 339.4968368