Report di sostenibilità

Anno fiscale 2023/2024

QUI IO SONO
QUI COMPRO

Prefazione 6

Indice

1 Sostenibilità attraverso il dialogo

Struttura organizzativa integrata 10

Economia sostenibile 20

2 Agire in ottica di sviluppo e progresso

Sviluppo responsabile dell'assortimento di prodotti 32

Quality Management continuo 40

Comunicazione con i clienti per la loro sensibilizzazione 46

Sicurezza informatica e protezione dei dati affidabili 54

3 Agire in armonia con la natura

Misure significative per contrastare il cambiamento climatico 64

Conservazione delle risorse ed economia circolare 90

Biodiversità 106

Uso responsabile delle risorse idriche 122

Riduzione significativa dell'impatto ambientale 126

4 Agire in uno spirito di solidarietà reciproca

Ambiente di lavoro dinamico 134

Catene del valore responsabili 162

Impegno sociale 176

Allegati

Indice delle tabelle 186
Indice dei diagrammi 187
Glossario 188
Indice ESRS 189
Informazioni su questo report 193

dm
Mit Scan&Go
bequemer einkaufen
dm
P
dm

Diamo forma al futuro

Come azienda, vogliamo svolgere un ruolo positivo nel plasmare il futuro. Il nostro report di sostenibilità riassume gli obiettivi che ci siamo posti a livello di Gruppo dm e le idee che stiamo mettendo in campo per conseguirli.

Christoph Werner: In dm ci occupiamo quotidianamente di sviluppo e innovazione per rimanere sempre al passo in termini di sostenibilità. I nostri principi e valori aziendali ci guidano nella scelta di un assortimento di prodotti e servizi in grado di soddisfare le esigenze dei nostri clienti.

Harald Bauer: Credo che la nostra filosofia e cultura aziendale, insieme alla nostra costante attenzione alle persone, siano molto attrattivi per i clienti e per coloro che desiderano lavorare in dm o collaborare con noi nei 14 paesi in cui siamo presenti. Questi principi di base si traducono in diverse misure, di cui il presente report di sostenibilità riporta svariati esempi.

Benjamin Schneider: Noi di dm crediamo che l'etica del lavoro e il rispetto per l'ambiente siano alla base del successo di un'azienda e siamo quindi consapevoli di avere, in tal senso, una grande responsabilità. Il nostro impegno viene dimostrato ogni giorno attraverso la promozione di una filosofia di unità tra i nostri collaboratori, con attività in ambito sociale e con l'adozione di misure rigorose volte a tutelare l'ambiente e le risorse naturali. Ne è un esempio il nostro approvvigionamento energetico: nel caso specifico di dm Italia, nel 2021 abbiamo avviato il processo per alimentare i negozi con energia proveniente da fonti rinnovabili. Attualmente (dati aggiornati dal 2023) il 98% dei punti vendita e la sede centrale utilizzano energia verde. Inoltre, abbiamo implementato diagnosi energetiche e strumenti aggiuntivi, come l'indagine termografica e l'analisi dei consumi "non produttivi", per ottimizzare ulteriormente la nostra efficienza energetica. In questo modo siamo riusciti a monitorare lo stato di salute degli impianti, ridurre gli sprechi e a utilizzare l'energia in maniera più efficiente e consapevole.

Poniamo sempre il cliente al centro delle nostre scelte.

Christoph Werner

Presidente del Consiglio di Amministrazione del gruppo dm Germania

Christoph Werner: Le mie visite e i diversi confronti con i colleghi nei paesi in cui opera dm mi hanno fatto comprendere l'importanza di concedere il massimo margine di autonomia a livello locale, per facilitare l'attuazione di soluzioni adeguate a ciascuna specifica situazione. Allo stesso tempo, è importante che la nostra identità commerciale e i nostri principi decisionali restino chiari e coerenti.

Hubert Krabichler: Intendiamo dunque rafforzare la nostra collaborazione internazionale, che ci permette di stabilire una cooperazione solida ed efficace tra i paesi, facilitando la condivisione di conoscenze e affrontando le sfide contemporanee in modo più incisivo.

La nostra passione per il futuro è sia una motivazione che un impulso verso la creatività e l'innovazione.

Hubert Krabichler e Benjamin Schneider

Hubert Krabichler, Amministratore Delegato dm Italia e Benjamin Schneider, Amministratore Delegato dm Italia e Direttore Marketing, Acquisti e Vendite.

Harald Bauer: L'intero team internazionale dedicato al progetto è stato guidato dall'idea di non considerare la stesura del report come un mero compito burocratico, ma di dargli un significato concreto: la trasparenza ci aiuta, infatti, a riconoscere le aree di intervento essenziali e ad attuare misure ancora più mirate. Inoltre, mette in evidenza quanti progetti preziosi e unici siano in corso in tutti i paesi in cui dm opera: questo è per noi fonte di orgoglio e ci motiva a migliorare ulteriormente.

Hubert Krabichler: La nostra strategia ambientale rappresenta un esempio concreto di come applichiamo i nostri valori. La scarsità di risorse del nostro pianeta ci pone limiti ben precisi. In dm abbiamo quindi sviluppato una strategia ambientale olistica, che oltre alle emissioni nocive, tiene conto anche di altri impatti ambientali. Gli indicatori chiave ci aiutano a misurare il nostro successo, ma devono essere analizzati con attenzione per evitare di giungere a conclusioni errate. Proprio per questo, nel nostro report spieghiamo il contesto e la connessione tra loro.

Harald Bauer: La preparazione di questo primo report, che coinvolge tutto il Gruppo, ci ha senza dubbio messo alla prova. Inoltre, abbiamo dovuto affrontare lacune e ambiguità, nei casi in cui i dati che ci servivano non erano ancora disponibili. Questo lavoro collettivo ci ha permesso di imparare molto e ha posto le basi e le condizioni necessarie per i report futuri.

Christoph Werner: Il nostro report di sostenibilità illustra l'impegno e il contributo che la nostra azienda offre allo sviluppo sostenibile, evidenziando i progressi raggiunti e gli obiettivi che ci proponiamo di realizzare. Il costante orientamento al cliente è sempre al centro di tutto ciò che facciamo. Concentrarci sulle persone e fare davvero la differenza nelle loro vite ci permette di rafforzare la fiducia e il supporto nei nostri confronti. Per raggiungere questo obiettivo, in dm ci impegniamo al massimo ogni giorno a trattare con cura l'ambiente e le persone che ci circondano.

Vogliamo dare un senso al compito burocratico di redigere il report, sviluppando misure legate ad esso.

Harald Bauer

Dall'inizio dell'anno 2025 Presidente del Consiglio di Amministrazione del gruppo dm Austria.

1

Sostenibilità attraverso il dialogo

Struttura organizzativa integrata

Economia sostenibile

Struttura organizzativa integrata

Il rispetto per l’individualità delle persone e la consapevolezza della necessità di adottare un comportamento sostenibile sono alla base del nostro successo. La nostra filosofia, i nostri principi e la cultura aziendale del dialogo costituiscono la base che consente a ogni membro del nostro team di agire in modo sostenibile. Crediamo nella capacità delle persone di crescere e prendere decisioni in autonomia; per questo motivo, abbiamo deciso di definire i nostri principi in modo trasparente.

Qui io sono, qui compro

dm è stata fondata nel 1973 in Germania ed è arrivata in Italia nel 2017. Dalla sua fondazione, ha registrato una crescita costante fino a diventare una delle più grandi catene di drugstore in Europa.

Dal 1992, il claim "Qui io sono, qui compro" esprime i nostri principi. In tutte le nostre relazioni, con i nostri clienti, dipendenti, partner e moltiplicatori del marchio, così come nel nostro rapporto con la natura, ci impegniamo a rispettare l'idea di "solidarietà e collaborazione".

Offriamo ai nostri clienti un'eccellente competenza nel settore drugstore, con una gamma di prodotti diversificata. Inoltre, mettiamo a loro disposizione i numerosi servizi dm, come ad esempio l'app la mia dm e lo shop online.

Le informazioni contenute in questo report si riferiscono al Gruppo dm e a dm Italia. Il Gruppo dm è strutturato in due sottogruppi. Il sottogruppo dm Germania si occupa del mercato tedesco e, a partire dal 2022, gestisce anche le attività commerciali in Polonia. Il sottogruppo dm Austria include l'Austria stessa e altri undici paesi affiliati dell'Europa centrale e sudorientale: Ungheria, Repubblica Ceca, Slovacchia, Slovenia, Croazia, Serbia, Bosnia-Erzegovina, Romania, Bulgaria, Macedonia del Nord e Italia. Per semplicità, in seguito si farà riferimento al Gruppo dm (definito anche semplicemente come dm), ai due sottogruppi dm Germania o dm Austria, oppure direttamente a dm Italia.

Al 30 settembre 2024, gestiamo 4.116 punti vendita dm in tutta Europa (2.169 nel sottogruppo dm Germania e 1.947 nel sottogruppo dm Austria, di cui 87 in Italia) e shop online dm in tutti i paesi in cui siamo presenti, ad eccezione della Macedonia del Nord.

Poniamo particolare attenzione alla sfera omnichannel, promuovendo l'integrazione tra acquisti in negozio e servizi digitali.

Diffusione dei nostri punti vendita dm

Nell'esercizio finanziario 2023/24, al Gruppo dm si sono aggiunti 80 punti vendita.

* anno di apertura

Essere efficaci in tutto il Gruppo

Come Gruppo, ci concentriamo sugli aspetti positivi e sul potenziale di crescita delle persone. I nostri valori e la nostra cultura costituiscono la base che ci permette di agire in modo sostenibile.

Nel Gruppo dm, in tutta Europa, lavorano 90.069 persone, di cui 929 in Italia (dati aggiornati al 30/09/2024). La maggior parte dei collaboratori lavora nei punti vendita dm e agisce in modo attivo, promuovendo la cultura aziendale e rendendola tangibile per i nostri clienti. I team nei punti vendita dm sono supportati dai responsabili di area, che forniscono loro consulenze e fungono da ponte tra i negozi di una determinata area, i reparti di back-office e la direzione. Le diverse aree formano le regioni dm, per ognuna delle quali è responsabile un membro della direzione.

I nostri collaboratori impegnati nei centri di distribuzione si assicurano di sistemare la merce in arrivo per i singoli punti vendita adeguatamente e tempestivamente, assicurando così che l'ampio assortimento di prodotti sia sempre disponibile nel posto giusto e al momento giusto.

La sede del gruppo dm Germania, il dialogicum dm, si trova a Karlsruhe. I sette reparti in cui è organizzata l'azienda sono responsabili rispettivamente di: creazione e comunicazione dell'assortimento di prodotti dm, sviluppo e acquisto delle marche dm, finance e controlling, logistica, costruzione e manutenzione dei punti vendita (espansione), dell'infrastruttura tecnica (dmTECH) e della gestione del personale.

I collaboratori del dialogicum dm di Salisburgo lavorano divisi in reparti paragonabili a quelli di dm Germania. Inoltre, svolgono funzione di coordinamento per i saloni di parrucchieri e gli istituti di bellezza all'interno dei punti vendita dm austriaci e del relativo sottogruppo.

In Italia, la nostra sede centrale si trova a San Giovanni Lupatoto (VR).

Tutte le sedi locali ci sono utili per tenere conto delle peculiarità regionali e nazionali anche nella creazione dell'assortimento di prodotti.

I nostri valori diventano tangibili nelle interazioni quotidiane.

*Il concetto di dialogicum nasce dal desiderio di creare un ambiente lavorativo stimolante, che promuova la comunicazione aperta, la collaborazione reciproca e il confronto tra le persone.

Filosofia aziendale

Ci impegniamo costantemente a creare un'azienda attraverso la quale possiamo rispondere al meglio alle esigenze di consumo dei nostri clienti, a offrire opportunità di crescita alle persone che lavorano con noi e a dare l'esempio come comunità nel nostro contesto.

Principi di dm

- **Vogliamo farci conoscere sempre di più dai nostri clienti attraverso l'utilizzo degli strumenti di marketing più idonei per fidelizzarli e permettere loro di fare acquisti consapevoli ed in linea con le loro esigenze.**
- **Vogliamo aiutare tutti i collaboratori a comprendere la portata e la struttura della nostra organizzazione e far sì che ognuno di loro si senta percepito in modo obiettivo nel proprio ruolo.**
- **Vogliamo dare a tutti i collaboratori l'opportunità di imparare l'uno dall'altro, relazionarsi in modo autentico e riconoscere l'individualità di ognuno. In questo modo, creiamo una maggiore consapevolezza di sé, per stimolare il desiderio di crescita personale e per favorire un legame più profondo con le proprie responsabilità lavorative.**
- **Vogliamo mantenere una collaborazione a lungo termine, affidabile ed equa con i nostri partner, affinché ci considerino un alleato su cui contare per realizzare i loro obiettivi.**

La cultra aziendale del dialogo

Ogni conversazione può portare a nuove idee, rafforzare la cooperazione e far crescere il Gruppo dm in modo efficace. Quando questo accade, una conversazione diventa un dialogo, un modo significativo di relazionarsi con se stessi, con gli altri e con il mondo. Così ci concentriamo sulla capacità delle persone di prendere decisione autonome, crescendo in un modo che risulti per loro significativo:

- **Riconosciamo gli individui come tali e li sosteniamo nella loro crescita.**
- **Ogni collaboratore conserva il proprio margine di scelta nelle decisioni lavorative, sempre tenendo come riferimento il quadro generale.**
- **Ognuno di noi agisce in modo autonomo e responsabile.**

Management con empatia e lungimiranza

La direzione di ogni paese del Gruppo dm si occupa delle questioni strategiche, comprese quelle relative alla sostenibilità.

In foto da sinistra a destra: Benjamin Schneider, Amministratore Delegato dm Italia e Direttore Marketing, Acquisti e Vendite, Alice Germiniani, Direttrice Logistica e Vendite, Loris Facchin, Direttore IT, Finance & Controlling,Dirk Schneider, Direttore Espansione e HR, Hubert Krabichler, Amministratore Delegato.

Per poter agire con lungimiranza, nell'ambito del processo di pianificazione delle prospettive aziendali, la direzione di ogni paese del Gruppo sviluppa ogni anno una strategia di profilazione concreta, elaborata congiuntamente e in accordo con i propri team. Questa viene poi attuata all'interno dei vari paesi, dei reparti aziendali, delle regioni e, se necessario, anche in modo trasversale tra i vari paesi, i vari reparti e le varie regioni. Attraverso una convalida annuale, ci assicuriamo che i temi vengano regolarmente esaminati per verificarne l'attualità ed eventualmente vengano riallineati, in modo da concentrarci su quelli che riteniamo fondamentali.

Dal 19 settembre 2019, Christoph Werner, figlio del fondatore dell'azienda Götz W. Werner (1944-2022), è presidente del Consiglio di Amministrazione del sottogruppo dm Germania, di cui fanno parte anche Markus Trojansky, Sebastian Bayer, Christian Harms, Martin Dallmeier, Kerstin Erbe, Roman Melcher e Christian Bodi. Benjamin Schneider e Hubert Krabichler sono, invece, a capo della direzione di dm Italia. Nel corso dell'esercizio finanziario, la direzione discute regolarmente i temi generali di ciascun paese, e quelli relativi ai diversi paesi e sottogruppi, compreso il tema della sostenibilità. Anche il Consiglio di sorveglianza di dm Italia viene informato con regolarità degli sviluppi in materia di sostenibilità durante le riunioni del Consiglio stesso.

Ogni persona che compone la direzione è responsabile di una specifica area aziendale: marketing e acquisti, logistica, vendite, espansione, personale, amministrazione e finanza. In questo modo, si crea una maggiore consapevolezza su come i collaboratori dei punti vendita dm possano essere supportati al meglio. Allo stesso tempo, le direzioni aziendali e gli organi esecutivi possono comprendere e monitorare il modo in cui le idee, sviluppate all'interno dell'azienda, infuenzano i nostri store, e rispondere tempestivamente, se necessario. In tutti i paesi in cui è presente dm, gli organi di sorveglianza, siano essi previsti per legge o volontari, supportano e consigliano le direzioni. Inoltre, i rappresentanti dei collaboratori come i sindacati, in quanto organi di partecipazione previsti dalla legge, sostengono l'ulteriore sviluppo della nostra azienda.

Ogni giorno
ci impegniamo a rispondere alle domande. Ci occupiamo anche della questione di come prepararci per il futuro e come possiamo plasmarlo

Nei vari paesi e nei singoli reparti, ci poniamo obiettivi concreti che si allineano alla nostra strategia di Gruppo.

La direzione di dm Austria e del sottogruppo dm Austria: da sinistra a destra Hubert Krabichler, Bernhard Moser, Petra Mathi-Kogelnik, Harald Bauer (Presidente del consiglio di amministrazione), Martin Engelmann, Andreas Haidinger, Marlene Draschwandtner, Thomas Köck.

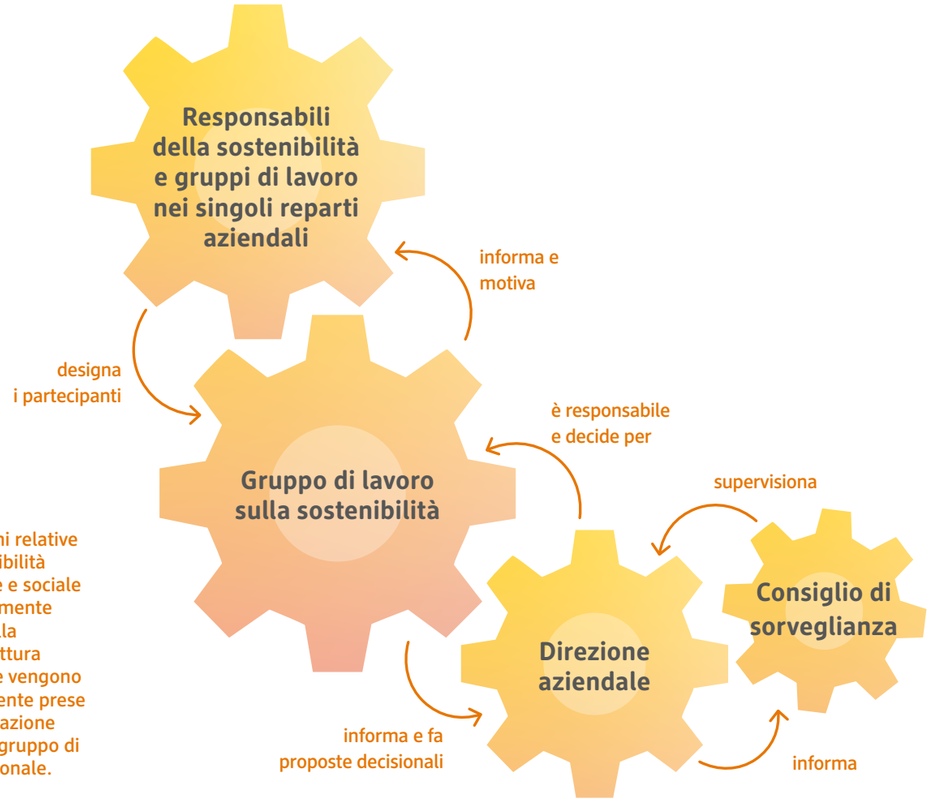
Agire nell’interesse di tutti

Per intensificare la cooperazione internazionale, abbiamo organizzato gruppi di lavoro e progetti individuali in tutto il Gruppo dm, come ad esempio quello sulla sostenibilità.

Ogni paese, reparto o regione è responsabile dell’attuazione di task specifiche per il proprio paese, il proprio reparto e la propria regione. In dm Italia, ci occupiamo di temi che interessano la direzione e i singoli reparti nell’ambito di gruppi di lavoro, progetti e programmi. A seconda dell’argomento, i collaboratori dei diversi reparti dell’azienda, del centro logistico e dei punti vendita collaborano per considerare il maggior numero di punti di vista possibili. Ciò offre a molti collaboratori l’opportunità di svolgere un ruolo attivo, aspetto che riteniamo particolarmente importante per la nostra sostenibilità. Per poter prendere decisioni mirate e rapide e reagire in modo flessibile agli eventi in corso, almeno una persona della direzione è di solito coinvolta in ogni programma strategico, progetto o gruppo di lavoro importante.

Ogni collaboratore può svolgere all’interno della nostra organizzazione un ruolo attivo, ed è proprio questo che riteniamo rilevante per la nostra crescita futura.

Integrazione dei temi di sostenibilità nella nostra struttura organizzativa



Le questioni relative alla sostenibilità ambientale e sociale sono saldamente ancorate alla nostra struttura aziendale e vengono costantemente prese in considerazione dal nostro gruppo di lavoro nazionale.

Gruppo di lavoro sulla sostenibilità
dm Germania ha istituito un gruppo di lavoro sulla sostenibilità nel 2009. I componenti sono i collaboratori di ciascun reparto, alcuni membri della direzione e, dal 2020, i collaboratori del sottogruppo dm Austria. In tutti i paesi in cui opera dm sono stati istituiti gruppi analoghi, compresa dm Italia, che ha visto la fondazione del gruppo di lavoro nel 2023.

Il compito dei gruppi di lavoro è quello di promuovere le tematiche della sostenibilità, definire i temi prioritari, avviare progetti comuni e coordinare ulteriori processi all’interno e all’esterno degli obblighi di rendicontazione europea dell'azienda. I partecipanti sviluppano nuove idee sul tema della sostenibilità ecologica e sociale e le comunicano a tutti i reparti della nostra azienda, ad esempio attraverso team specifici che si occupano di temi legati alla sostenibilità nelle rispettive divisioni.

Economia sostenibile

Un’attività economica sostenibile richiede una combinazione dinamica di stabilità finanziaria, forza innovativa, capacita di adattamento e visione futura. Per questo motivo, ci concentriamo su bilanci stabili e a lungo termine, investiamo in tecnologie orientate al futuro e implementiamo pratiche rispettose dell’ambiente, non solo per preservare risorse preziose, ma anche per guidare la transizione verso un’economia più sostenibile. Questo crea anche fiducia tra i nostri collaboratori, partner e clienti, contribuendo al successo a lungo termine di dm.

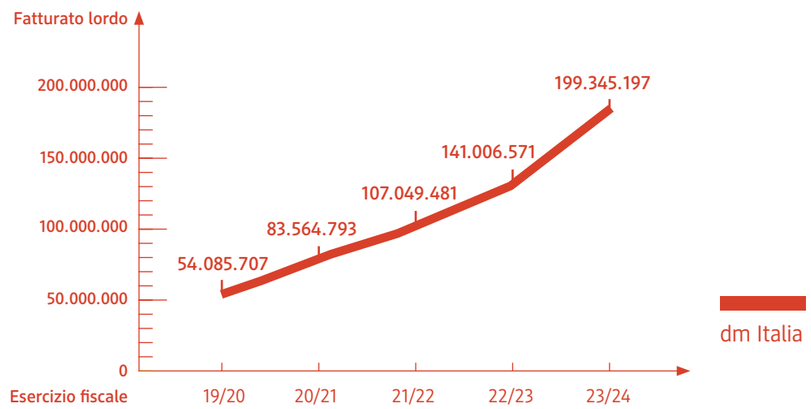
Il nostro sviluppo commerciale

Nel precedente esercizio finanziario abbiamo ottenuto risultati straordinari in Italia e in Europa.

Alla fine dell'esercizio 2023/24, dm Italia ha realizzato un fatturato totale di 199,3 milioni di euro, conseguendo un aumento del 41,4% rispetto all'esercizio precedente 2022/23. La strategia omnichannel e l'assortimento orientato al cliente, in particolare le marche dm, hanno contribuito in modo significativo a questo successo. I nostri clienti valutano positivamente i prezzi competitivi e l'ampio assortimento proposti, che contribuiscono a rafforzare la nostra posizione di mercato in Italia e in Europa.

Fondamentale per l'innovazione digitale di dm è stata l'integrazione dei sistemi IT specifici dei singoli paesi in un unico sistema a un solo mandante, a partire dall'esercizio 2023/2024 i processi sono stati standardizzati in tutti i 14 paesi in cui è presente dm. Questo implica che i dati sono registrati in un'unica posizione per tutti i paesi coinvolti, consentendo così all'intero Gruppo dm di accedere facilmente alle analisi con un semplice clic. Di conseguenza, le applicazioni destinate a ottimizzare i processi lavorativi e i servizi digitali per i clienti possono ora essere implementate in modo molto più efficiente e, di conseguenza, a costi inferiori.

Diagramma 1.1: Andamento del fatturato



Alla fine dell'esercizio 2023/24, dm Italia ha realizzato un fatturato totale di 199,3 milioni di euro, conseguendo un aumento del 41,4% rispetto all'esercizio precedente 2022/23.

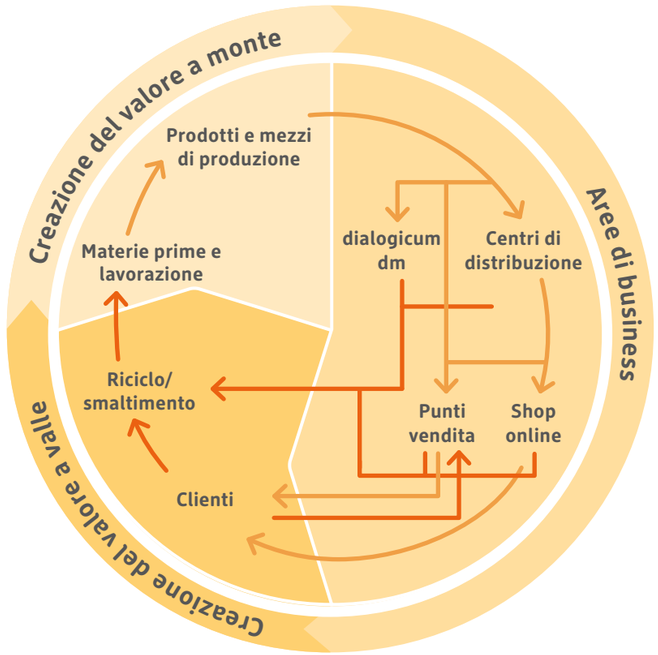
Teniamo costantemente sotto controllo lo sviluppo della nostra attività attraverso un sistema di reporting a più livelli. Nell'ambito della gestione dell'integrità e del rischio, ad esempio, prendiamo in considerazione tutti i pericoli legati alle attività commerciali. L'obiettivo è quello di riconoscere tempestivamente le criticità rilevanti per poterle gestire efficacemente e consentire all'azienda di agire con integrità. Qualora un rischio significativo diventi concreto, il reparto aziendale coinvolto lo comunica immediatamente alla direzione.

Il dialogicum dm a Karlsruhe: un luogo di collaborazione che riflette i principi di apertura e comunicazione su cui si fonda la nostra cultura aziendale.

Il continuo supporto dei nostri clienti ci consente di investire in iniziative sostenibili e di affrontare al meglio il futuro.

Strategia aziendale sostenibile

Come azienda ci impegniamo a dare il nostro contributo per un futuro sostenibile e responsabile. Ove possibile, realizziamo le nostre catene del valore in modo circolare.



→ Trasporti dedicati alla produzione e alla vendita di prodotti e mezzi di produzione.

→ Trasporti dedicati al riciclo e allo smaltimento di prodotti e mezzi di produzione.

Agire in modo sostenibile, innovativo e significativo per le persone è parte integrante del nostro servizio di vendita al dettaglio. La ruota della sostenibilità riassume i principi dell'agire sostenibile e illustra la connessione e l'interazione tra tutti gli elementi. Serve ai collaboratori come strumento di orientamento e li aiuta a visualizzare gli impatti della sostenibilità e a integrarla nei processi decisionali.

In dm, abbiamo definito temi sociali, ambientali ed economici chiari in cui il nostro team può essere particolarmente efficace e che sono indicati nella strategia di profilazione dell'azienda. Gli obiettivi generali si applicano a tutto il Gruppo dm e, per svilupparli, teniamo conto delle esigenze dei nostri stakeholder e dei risultati dell'analisi di doppia materialità.

L'azione sostenibile nasce quando ognuno si assume le proprie responsabilità in termini ambientali, sociali, culturali ed economici.

Il nostro modo di intendere la sostenibilità

Cultura aziendale

La nostra cultura aziendale del dialogo ci offre l'opportunità di compiere progressi mirati, imparare gli uni dagli altri e agire in modo sostenibile, basandoci sull'idea che ogni persona è importante. Grazie agli obiettivi che conseguiamo quotidianamente nell'ambiente di lavoro, il nostro team continua a crescere nel suo complesso. In quest'ottica, il dialogo è fondamentale: porta infatti a nuove idee e rafforza la cooperazione. Per noi dialogare non significa solo condurre una conversazione, ma anche interagire l'uno con l'altro in modo sincero, rispettoso e significativo.

Per le persone

Il nostro cuore batte per le persone. Siano esse clienti, collaboratori o partner, sono al centro di tutto ciò che facciamo. Sono le persone a costituire la vera essenza di dm. Come Gruppo vogliamo contribuire a sviluppare il mondo del domani in linea con le esigenze degli individui, in modo sostenibile, innovativo e significativo.

Agire nell'ottica dello sviluppo e del progresso

Consideriamo le esigenze individuali dei nostri clienti, i cambiamenti sociali e gli eventi inaspettati come un'opportunità per plasmare qualcosa di nuovo. Per avviare tempestivamente i processi di cambiamento necessari e progredire, l'agilità è fondamentale. Per questo motivo, adottiamo un approccio economico che favorisce un bilancio stabile e a lungo termine e che spinge a un'innovazione significativa.

Agire in armonia con la natura

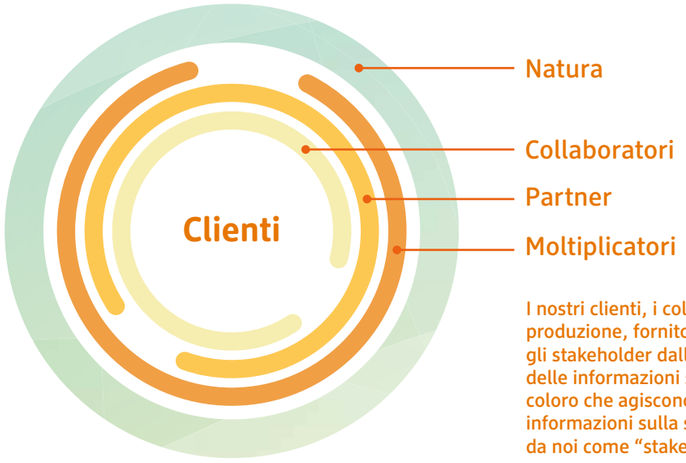
La natura è l'origine e la base della vita umana. Spetta a noi agire nel rispetto dell'ambiente, dando alla natura la possibilità di rigenerarsi e preservandola per le generazioni future. Come azienda, vogliamo dare il nostro contributo: utilizzare le risorse con lungimiranza riducendo gli impatti ambientali negativi e proteggendo la biodiversità. Ciò significa anche che pensiamo in termini di economia circolare, cercando di chiudere i cicli a cui diamo vita.

Agire in uno spirito di solidarietà reciproca

Solo l'azione collettiva renderà il mondo del futuro un luogo migliore. Come esseri umani è fondamentale mantenere un senso di comunità, e ciò è realizzabile solo attraverso la cooperazione. Una comunità, infatti, può svilupparsi solo se gli individui interagiscono sulla base di una cultura del dialogo, in cui ognuno può partecipare e contribuire. Per noi come Gruppo questo significa anche avviare collaborazioni e partnership strategiche che non si limitano a ottenere risultati per l'azienda, ma che contribuiscono al bene comune e migliorano la società nel suo insieme.

Le esigenze dei nostri stakeholder

Manteniamo un dialogo continuo e rispettoso con i nostri stakeholder e prendiamo a cuore le loro richieste.



I nostri clienti, i collaboratori e i partner (partner industriali e di produzione, fornitori di servizi e partner di cooperazione) sono gli stakeholder dalle nostre attività commerciali e i destinatari delle informazioni sulla sostenibilità. Definiamo moltiplcatori coloro che agiscono sia come portatori che come utilizzatori di informazioni sulla sostenibilità. La natura viene invece definita da noi come “stakeholder silenzioso”.

Tutti i collaboratori sono parte dell’insieme
All’interno del Gruppo dm viviamo una cultura aziendale orientata all’incontro, in cui ogni singolo collaboratore ha spazio di manovra e si assume la responsabilità nel proprio ambito di lavoro. I nostri collaboratori ricevono informazioni e aggiornamenti tramite i tradizionali canali di comunicazione interna, come le riviste dedicate, l'intranet, o la posta elettronica. Gli addetti alle vendite nei negozi dm sono, inoltre, dotati di smartphone e possono connettersi e confrontarsi con i colleghi attraverso i gruppi Viva Engage dedicati ai diversi argomenti nella rete aziendale.

Fare nostre le esigenze dei clienti
Le esigenze dei clienti per noi sono fondamentali. I contatti più diretti e significativi avvengono nei punti vendita, dove abbiamo l'opportunità di interagire direttamente con loro e forniamo loro, quando necessario, anche informazioni tramite i nostri canali digitali e l’app la mia dm. Per offrire ai nostri clienti una consulenza personale ed efficace, investiamo molto nelle capacità professionali e comunicative dei nostri collaboratori.

Grazie a un dialogo costante, sia nei punti vendita dm che tramite il nostro servizio clienti, siamo in grado di comprendere le loro necessità e di tenerle in considerazione nelle nostre attività commerciali.

Costruire e mantenere partnership a lungo termine
Siamo in contatto con un gran numero di partner lungo la nostra catena del valore e ci impegniamo ad offrire una collaborazione equa e affidabile a tutti loro. Ciò comprende anche pagamenti puntuali e tempestivi e la stipula di contratti che garantiscano partnership a lungo termine. Organizziamo riunioni strategiche annuali per informarli in merito alle attuali decisioni aziendali e discutere con frequenza sempre maggiore di questioni legate alla sostenibilità, in modo che possano essere prese in considerazione nell’ambito delle decisioni aziendali. Ciò è garantito anche dal contatto continuo e personale tra loro e i collaboratori dm. I partner di produzione sono responsabili della realizzazione dei nostri prodotti a marchio dm, mentre i partner industriali forniscono altri prodotti presenti nell’assortimento di dm.

Consideriamo come partner anche i nostri locatori, le aziende di logistica, le società di smaltimento dei rifiuti, le banche, i consulenti, le compagnie assicurative e le agenzie. Inoltre, collaboriamo con partner impegnati nella cooperazione, che ci forniscono un supporto efficace e a lungo termine per affrontare i problemi in dm.

Dialogo con i moltiplicatori
Vogliamo informare il maggior numero possibile di persone sugli sviluppi, i servizi e i valori della nostra azienda. A tal fine, manteniamo anche relazioni con i moltiplicatori, come ad esempio i professionisti dei media. Ci confrontiamo direttamente con loro nelle conferenze stampa, nelle interviste e nei colloqui personali. Li informiamo sull’andamento della nostra azienda attraverso i comunicati stampa, che pubblichiamo alla fine di ogni esercizio finanziario e quando necessario durante il corso dell’anno.

Ci confrontiamo regolarmente con esperti del mondo della politica, dell’economia, della scienza e della ricerca, e con organizzazioni non governative (ONG), per tenere conto della loro esperienza quando prendiamo decisioni strategiche. Ogni mese riceviamo numerose richieste di informazioni da parte di moltiplicatori in tutto il Gruppo, attraverso diversi canali (ad esempio il servizio clienti dm, l’ufficio stampa o i social media). Queste richieste vengono gestite individualmente e vengono tenute in considerazione anche nelle decisioni aziendali.

Ci stanno
a cuore
le esigenze dei nostri clienti.

In primo piano: i temi principali di dm

Definiamo i temi chiave della sostenibilità in modo da poterli implementare in maniera efficace e decisa.

Nell'esercizio finanziario 2023/24 abbiamo aggiornato la nostra analisi di materialità in linea con i principi europei di rendicontazione di sostenibilità (ESRS, European Sustainability Reporting Standards), prendendo in considerazione le nostre attività commerciali e le catene del valore a monte e a valle.

Nell'ambito della prospettiva inside-out, abbiamo analizzato gli impatti positivi e negativi, attuali e potenziali, delle attività commerciali di dm sulle persone e sulla natura lungo l'intera catena del valore, tenendo conto delle potenziali aree a rischio e delle materie prime critiche. Allo stesso tempo, nell'ambito della prospettiva outside-in, abbiamo identificato per ogni tema i rischi e le opportunità attuali e potenziali che hanno un impatto esterno sul Gruppo dm. Tutti gli impatti, i rischi e le opportunità riconosciuti sono stati valutati quantitativamente su una scala da uno a cinque, in termini di entità e probabilità di insorgenza. I possibili impatti sono stati valutati anche in termini di portata e reversibilità. Per farlo, ci siamo basati sui requisiti degli ESRS e, dove possibile, abbiamo attinto alle strutture e ai metodi esistenti di gestione del rischio di dm. Per tenere conto delle esigenze dei nostri stakeholder, abbiamo convalidato i risultati dell'indagine sugli stakeholder derivanti dall'analisi di materialità per l'esercizio finanziario 2021/22, incorporandoli nel processo. Abbiamo quindi utilizzato dei valori soglia per determinare la rilevanza dei temi.

Il nostro reparto di Gestione dell'Integrità e del Rischio, insieme a collaboratori di tutti i reparti aziendali nei vari paesi in cui dm opera, ha svolto un ruolo chiave nell'elaborazione dell'analisi di doppia materialità, identificando, valutando ed effettuando una convalida completa dei temi rilevanti per l'azienda.

I risultati dell'analisi di doppia materialità sono stati presentati per l'approvazione nell'estate del 2024 alle direzioni dei due sottogruppi dm e sottoposti ad auditing.

L'expertise proveniente da diversi paesi e gruppi di lavoro ci ha permesso di realizzare un'analisi di materialità molto completa e approfondita.

In vista dell'obbligo di rendicontazione europeo sulla sostenibilità, il Gruppo dm elenca i propri temi rilevanti in conformità agli standard ESRS specifici per argomento. Ognuno di questi temi può comprendere diversi impatti, rischi e opportunità. I nuovi temi rilevanti rispetto all'analisi di materialità per l'esercizio finanziario 2021/22 sono indicati di fianco.

*Tema specifico aziendale, non direttamente associato a un concreto ESRS.

- Filosofia aziendale (G1)
- Clienti (S4)
- Clima ed Energia (E1)
- Risparmio delle risorse e economia circolare (E5)
- Biodiversità (E4) - nuovo
- Risorse idriche (E3) - nuovo
- Inquinamento ambientale (E2)
- Gruppo di lavoro (S1)
- Dipendenti nelle catene del valore (S2)
- Impegno sociale*

Alla luce dei nuovi requisiti di rendicontazione dell'Unione Europea (UE), abbiamo confermato i nostri precedenti temi rilevanti, ne abbiamo aggiunti altri per adempiere alle nuove normative e li abbiamo riorganizzati ai fini della rendicontazione. Nell'ambito di questo processo, abbiamo anche aggiornato le nostre strategie, gli obiettivi e le misure, laddove necessario.

Ciascun tema essenziale si basa su sotto-strategie individuali o generali, da cui derivano i sotto-obiettivi in base alla loro area di impatto. Nell'ambito del nostro processo annuale di definizione degli obiettivi e di pianificazione, le direzioni di entrambi i sottogruppi dm monitorano il raggiungimento degli obiettivi e apportano le modifiche necessarie. Gli impatti, i rischi e le opportunità identificati nell'analisi di doppia materialità sono elencati nei singoli sottocapitoli dedicati ad argomenti specifici e descritti nelle rispettive sezioni "Dalla teoria alla pratica - Impatto, rischi e opportunità".

2

Agire in ottica di sviluppo e progresso

Sviluppo responsabile dell’assortimento di prodotti

Quality management continuo

Comunicazione con i clienti per la loro sensibilizzazione

Sicurezza informatica e protezione dei dati affidabili

Sviluppo responsabile dell’assortimento di prodotti

Il settore del commercio al dettaglio, che comprende anche i drugstore, è un settore economico importante in Italia e in Europa, che garantisce anche il fabbisogno quotidiano di prodotti e assicura numerosi posti di lavoro. Inoltre, promuove l’innovazione nei settori della vendita al dettaglio online e della digitalizzazione.

Dalla teoria alla pratica

Impatto, rischi e opportunità

Il nostro assortimento, su cui come rivenditori abbiamo un'influenza diretta, ha per noi un grande valore. Riteniamo infatti che, adottare un approccio longimirante, in relazione sia all'offerta di prodotti che di servizi, rappresenti per dm un'opportunità, poiché ci consente di contribuire attivamente alla creazione di un futuro migliore e più sostenibile. Allo stesso tempo, riconosciamo anche gli impatti e i rischi ecologici e sociali legati al nostro assortimento. Un primo rischio risiede nella nostra necessità di utilizzare una grande varietà di risorse, che in futuro potrebbero non essere più disponibili in quantità sufficiente a causa della carenza di materie prime, della perdita di biodiversità o del cambiamento climatico. Questo scenario potrebbe comportare un aumento dei prezzi di acquisto, ritardi nella produzione o annullamenti delle consegne. Inoltre, in quanto rivenditori, siamo corresponsabili delle condizioni di lavoro lungo l'intera catena del valore e potremmo risentire di fattori quali i rischi geopolitici e l'inflazione, argomenti che abbiamo deciso di trattare nel presente report. Altri aspetti chiave sono riportati nei singoli sottocapitoli dedicati agli argomenti specifici.

Il nostro approccio: strategia, obiettivi e misure

Come azienda, selezioniamo un assortimento responsabile e orientato al cliente, che offre prezzi competitivi e soddisfa i requisiti ambientali, sociali ed economici: in altre parole, un assortimento sostenibile. Vogliamo definire con precisione le esigenze di consumo dei nostri clienti, proponendo un'esperienza di acquisto che si adatti alla loro vita. Nel concreto, stiamo perseguendo una strategia omnichannel, che consente di fare acquisti ovunque e in qualsiasi momento, ad esempio online o nell'app la mia dm.

Un assortimento interessante e orientato al futuro:
tenendo conto delle esigenze dei nostri clienti, inseriamo continuamente alternative più sostenibili in tutte le categorie del nostro assortimento, cercando di superare gli standard attuali. Vogliamo far sì che i prodotti ecologicamente sostenibili si affermino sempre più in tutte le categorie e lavoriamo costantemente per migliorare le nostre marche dm. Inoltre, prestiamo molta attenzione al rispetto delle condizioni di lavoro e di vita socialmente sostenibili nella fase di produzione.

Aumento delle prestazioni di sostenibilità dei prodotti a marchio dm:
per le nostre marche dm, perseguiamo una strategia di sostenibilità coerente, che include tutti gli aspetti ambientali e sociali, con criteri che vengono rivisti continuamente.

Grazie al nuovo design dei nostri punti vendita, offriamo un'esperienza di acquisto unica.

Un assortimento rilevante e orientato al futuro	
Obiettivo	**Misure**
Ci impegnamo ad aumentare costantemente la percentuale di prodotti più sostenibili, tenendo conto delle esigenze dei nostri clienti.	Sviluppo di criteri di sostenibilità per una progettazione responsabile dell'assortimento.
	Accordo con i nostri partner sugli obiettivi di sostenibilità e creazione di un relativo sistema di monitoraggio.
	Offerta di prodotti più sostenibili in tutte le categorie di prodotti (ove possibile) come ulteriore alternativa ai prodotti convenzionali.
	Promozione di concept di imballaggio dei prodotti più sostenibili.
	Creazione e consolidamento di una profonda comprensione delle sfide ambientali e sociali e della loro rilevanza, per promuovere un comportamento orientato alla sostenibilità tra i nostri collaboratori.

Incremento delle prestazioni di sostenibilità dei prodotti a marchio dm	
Obiettivo	**Misure**
Sviluppiamo continuamente le nostre marche dm sulla base di criteri sostenibili e di concept innovativi.	Miglioramento continuo delle prestazioni di sostenibilità delle marche dm.
	Revisione e aggiornamento periodico della strategia di sostenibilità delle marche dm.

La nostra offerta: diversificata e orientata al cliente

I nostri clienti del mercato italiano possono contare su un assortimento di circa 15 mila referenze – di cui oltre 12.000 acquistabili tramite il nostro shop online - in continua evoluzione, con più di 600 marche, di cui 28 sviluppate in house (dati aggiornati a settembre 2024). Questa varietà di articoli è suddivisa nelle seguenti categorie: make-up, profumi e cosmesi, capelli, men care, salute, alimentazione, baby, cura casa, pet care, foto.

Definiamo gli articoli più sostenibili attraverso certificazioni di prodotto riconosciute e note sia a livello internazionale che a livello locale, nel paese in cui ha sede il sottogruppo dm. A seconda della disponibilità, offriamo la maggior parte dei prodotti alimentari di qualità biologica, certificati con i marchi Fairtrade, AIAB (Associazione Italiana Agricoltura Biologica), EUBio, Naturland, Demeter, Bioland, CCPB e DE-Bio, che sono in gran parte adatti a chi segue una dieta vegetariana o vegana. Inoltre, i nostri clienti possono trovare una selezione di prodotti senza glutine: in Italia, ad esempio, proponiamo più di 498 articoli, di cui 168 a marchio dm. Il nostro assortimento comprende anche prodotti non biologici, poiché non tutti i prodotti senza glutine e destinati all'alimentazione degli sportivi hanno un marchio di certificazione. Nel settore beauty, la nostra clientela può invece contare su cosmetici naturali certificati secondo gli standard Cosmetici Biologici, ICEA, NATRUE, Cosmos, Ecocert, BDIH, Standard, mentre i prodotti del settore tessile vantano la certificazione Global Organic Textil Standard (GOTS). I prodotti delle altre categorie possono recare invece l'Ecoetichetta europea (EU Ecolabel) e FSC (Forest Stewardship Council). Diverse delle nostre categorie riportano inoltre la certificazione tedesca di qualità ecologica Blauer Engel.

Ci impegniamo ogni giorno per soddisfare le esigenze dei nostri clienti.

Per risparmiare risorse ed essere più sostenibili, un ulteriore approccio consiste nell'offrire ai clienti prodotti sfusi, ovvero non imballati. Tuttavia, questa pratica può essere attuata solo in determinate condizioni specifiche. In quest'ottica, il sottogruppo dm Austria offre distributori alla spina di prodotti per bucato e pulizia. dm Germania, invece, sta testando distributori di prodotti alimentari alla spina da maggio 2024. Per ulteriori informazioni, consultare la sezione "Conservazione delle risorse ed economia circolare".

In stretta collaborazione con i nostri partner di produzione e industriali, sviluppiamo criteri di sostenibilità specifici per le singole aree di assortimento, e strategie per le materie prime più rilevanti, che prestano particolare attenzione anche al tema dei diritti umani nelle nostre catene del valore. In futuro, ci proponiamo di intensificare la collaborazione con i nostri partner per conseguire ulteriori obiettivi ambientali e di tutela dei diritti umani nell'ambito di accordi congiunti.

Certificazioni

I nostri prodotti offrono ai clienti trasparenza sulla loro produzione.

Le nostre marche dm, sviluppate sulla base di criteri di sostenibilità.

Le nostre marche dm: sostenibili e innovative

Sin dal loro lancio, due tra le marche dm si sono completamente concentrate sulla sostenibilità e continuano ad avere requisiti particolarmente elevati: alverde NATURKOSMETIK (dal 1989) e dmBio (dal 2015). Nel 2021, abbiamo aggiunto tra le marche dm i prodotti Pro Climate: da allora siamo la prima azienda a offrire prodotti ecologicamente avanzati, bilanciati dal punto di vista ambientale e il cui impatto ecologico è monetizzato. In Germania investiamo l'intero ammontare di questi costi ambientali in progetti di rinaturalizzazione. Da settembre 2022, nei nostri punti vendita e nel nostro shop online è disponibile il marchio in collaborazione No Planet B, che utilizza ingredienti provenienti da flussi collaterali industriali. Ulteriori informazioni sulle marche dm sono disponibili nei sottocapitoli "Conservazione delle risorse ed economia circolare" e "Biodiversità".

Le marche dm sono sviluppate in Germania dai brand manager insieme ai rispettivi partner di produzione. Le uniche eccezioni sono le marche dm di calze e collant Legstra e Stella Jones e la marca s-he colour&style, che comprende prodotti per la cura del viso, il make-up e accessori. Queste sono sviluppate da dm Austria e vendute solo nel relativo sottogruppo.

Strategia di sostenibilità delle marche dm

Dal 2008, abbiamo iniziato a sviluppare una strategia di sostenibilità per le nostre marche dm, che aggiorniamo in base alle nuove scoperte scientifiche. Questa include le seguenti aree:

- protezione del clima e tutela dell'ambiente: misurazione e riduzione delle emissioni di gas serra e di altri

impatti ambientali;
- conservazione delle risorse ed economia circolare: scelta accurata dei materiali, risparmio di materie prime, aumento della riciclabilità;
- protezione della biodiversità;
- catene del valore responsabili: condizioni di lavoro socialmente sostenibili, come, ad esempio, il rispetto dei diritti umani, la promozione di salari di sussistenza, il sostegno a progetti sociali e i rischi ambientali nelle nostre catene del valore;
- pratiche commerciali responsabili con partnership forti e a lungo termine;
- comunicazione rivolta ai nostri stakeholder.

Ci impegniamo continuamente a ridurre l'impatto ecologico delle nostre marche dm.

I nostri partner di produzione sono obbligati dal Codice di sostenibilità tedesco a contribuire all'implementazione della strategia di sostenibilità delle nostre marche dm (vedere il sottocapitolo "Catene del valore responsabili"). In particolare, le misure di conservazione delle risorse e l'ottimizzazione dei processi in fase di produzione e nelle catene del valore stanno contribuendo a ridurre ulteriormente la loro impronta ecologica.

Attualmente, stiamo lavorando per allineare il nostro marchio dm s-he colour&style ai requisiti di sostenibilità previsti per le marche dm gestite da dm Germania. Per questo motivo, i contenuti di questo report relativi ai prodotti a marchio dm gestiti da dm Germania non comprendono ancora s-he colour&style.

Al contrario, i marchi di calze e collant Legstra e Stella Jones, che collaborano con gli stessi partner di produzione del marchio dm Fascino - gestito dal sottogruppo dm Germania - soddisfano già i requisiti di sostenibilità richiesti.

Sviluppo di prodotti con l'uso dell'IA generativa

Nel 2024, abbiamo sviluppato la fragranza per ambienti "Botanical Retreat" per la nostra marca Profissimo con l'aiuto dell'intelligenza artificiale generativa (GenAI). Il team di Profissimo ha selezionato "Botanical Retreat" tra quattro opzioni generate dall'IA e ha creato un briefing per il nostro partner di produzione sempre avvalendosi del supporto dell'intelligenza artificiale. L'intero processo, compreso il naming e il design, è stato dunque ottimizzato grazie all'uso dell'IA. Tuttavia, per garantire un'elevata qualità, il principio "human in the loop" rimane centrale: i collaboratori controllano sempre tutti i risultati dell'IA prima di utilizzarli. Grazie a questo progetto pilota, stiamo acquisendo preziose conoscenze per la futura integrazione dell'IA nello sviluppo dei nostri prodotti, al fine di renderli più sostenibili.

Abbiamo sviluppato il profumo per ambienti Profissimo Botanical Retreat con l'aiuto dell'IA.

Panoramica delle nostre marche e marche in collaborazione

Loghi di tutti le 28 marche dm e delle 4 marche in collaborazione (hautsache, Hallohebamme, Langhaarmädchen e No Planet B), gestiti dal sottogruppo dm Germania, e dei 3 marchi dm s-he colour&style, Legstra e Stella Jones, gestiti dal sottogruppo dm Austria.

Quality management continuo

Il quality management promuove lo sviluppo continuo di prodotti e processi, includendo idealmente il feedback dei clienti, al fine di rispondere alle loro esigenze e aspettative, e aumentare il grado di soddisfazione. Inoltre, verifica in che misura i prodotti soddisfano i requisiti e gli standard di qualità stabiliti.

Dalla teoria alla pratica

Impatto, rischi e opportunità

Insieme ai nostri partner di produzione siamo responsabili della qualità e della sicurezza dei prodotti a marchio dm. Vogliamo soddisfare e, se possibile, superare le aspettative dei clienti, in particolare per quanto riguarda la qualità e la sicurezza delle nostre marche dm, contribuendo così a migliorare la loro esperienza. Vediamo in questo un'opportunità per la nostra azienda: lo sviluppo responsabile e sostenibile dei prodotti e la realizzazione di articoli di alta qualità a marchio dm aumenta la fiducia dei clienti nei confronti delle nostre marche, con effetti positivi anche sulla reputazione complessiva dell'azienda.

Il nostro approccio: strategia, obiettivi e misure

Anticipiamo e sviluppiamo in modo proattivo i requisiti normativi relativi alla qualità e alla sicurezza dei prodotti a marchio dm sin dalle fasi iniziali e li implementiamo insieme ai nostri partner di produzione. Il quality management per questi prodotti ha sede in Germania e svolge un'importante funzione di interfaccia tra i team dedicati e i partner di produzione che realizzano i nostri prodotti.

Un quality management esemplare dei prodotti a marchio dm, che supera i requisiti di legge: il nostro obiettivo principale è quello di stimolare continuamente il processo di miglioramento, a cui ci dedichiamo insieme ai nostri partner, per offrire prodotti a marchio dm sempre più sicuri, sostenibili e di alta qualità. Questo miglioramento riguarda non solo ogni prodotto a marchio dm a livello individuale, ma anche gli sviluppi generali e gli obiettivi di miglioramento legati ai nostri requisiti di qualità - superiori a quelli previsti dalla legge - oltre che la cooperazione con i nostri partner di produzione e le relative catene del valore.

Desideriamo soddisfare le aspettative di qualità dei nostri clienti e, se possibile, addirittura superarle.

Prima che vengano esposti a scaffale, i prodotti vengono controllati dai nostri collaboratori, che verificano la presenza di eventuali danni esterni.

Un quality management esemplare dei prodotti a marchio dm, che supera i requisiti di legge	
Obiettivo	**Misure**
Il nostro obiettivo è continuare a offrire prodotti a marchio dm sicuri, di alta qualità e sostenibili.	Continuo sviluppo dei requisiti di qualità per i prodotti a marchio dm. Processo di miglioramento continuo, a cui viene dato costantemente nuovo slancio. Attuazione di misure di autosorveglianza per prevenire i rischi. Digitalizzazione del sistema di autosorveglianza. Ampliamento della rete specializzata. Presa in considerazione dei criteri di valutazione di istituti indipendenti, dei feedback, dei risultati dell'autosorveglianza e di altri suggerimenti interni ed esterni nello sviluppo e nell'ottimizzazione dei prodotti.

La promessa: la qualità ci permette di fare la differenza

Aggiorniamo a intervalli regolari i nostri requisiti e obiettivi di qualità per i prodotti a marchio dm. Un team dedicato di esperti all'interno dell'azienda elabora questi requisiti, che superano gli standard legali e includono, ad esempio, l'uso di sostanze preferenziali o l'eliminazione di sostanze indesiderate.

Per le marche dm, abbiamo istituito un sistema di monitoraggio completo, che tiene in considerazione le scoperte e gli sviluppi scientifici. Il team monitora costantemente le attività e le raccomandazioni delle istituzioni nazionali ed europee competenti, come il Bundesinstitut für Risikobewertung (BfR, Istituto federale tedesco per la valutazione del rischio), l'Autorità europea per la sicurezza alimentare (EFSA) e l'Agenzia europea per le sostanze chimiche (ECHA). Gli stakeholder rilevanti sono coinvolti in modo costante, in particolare monitorando e anticipando gli interessi dei clienti.

Per avere una visione più ampia, il team si avvale, quando necessario, della consulenza esterna della sua rete specializzata in continua espansione.

I nostri partner di produzione si impegnano a fornirci prodotti sicuri e di alta qualità. Selezioniamo i nostri partner con attenzione e sulla base dei criteri dm, cercando di collaborare con loro sul lungo periodo. A seconda della categoria, richiediamo standard di sicurezza dei prodotti o di quality management specifici e riconosciuti a livello internazionale, che vengono definiti nei contratti e la cui osservanza viene regolarmente monitorata da istituzioni indipendenti. Esempi di tali certificazioni sono gli standard International Featured Standards (IFS) e Brand Reputation through Compliance Global Standards" (BRCGS).

Visite

direttamente sul campo per rafforzare la collaborazione tra i partner.

Chiediamo inoltre ai nostri partner di produzione di comunicare e implementare i requisiti di qualità definiti dall'azienda per i prodotti a marchio dm all'interno delle catene del valore e lungo l'intero ciclo del prodotto.

Ogni partner di produzione è esperto della propria categoria di prodotto e garantisce la sicurezza degli stessi sulla base di un sistema di autosorveglianza individuale e completo e della sua esperienza specifica. Inoltre, verifichiamo continuamente la conformità ai nostri requisiti nell'ambito del nostro sistema di autosorveglianza orientato al rischio, che viene sempre più supportato da banche dati. I partner, i processi, gli impianti di produzione e i prodotti vengono valutati con l'aiuto di consulenti esterni, auditor esperti e istituti di audit, anche al fine di individuare il potenziale di ottimizzazione. Durante le visite in loco, per noi è importante accompagnare i nostri auditor di persona per quanto possibile: questa vicinanza ai processi e ai prodotti dei nostri partner di produzione promuove e intensifica la cooperazione basata sulla partnership.

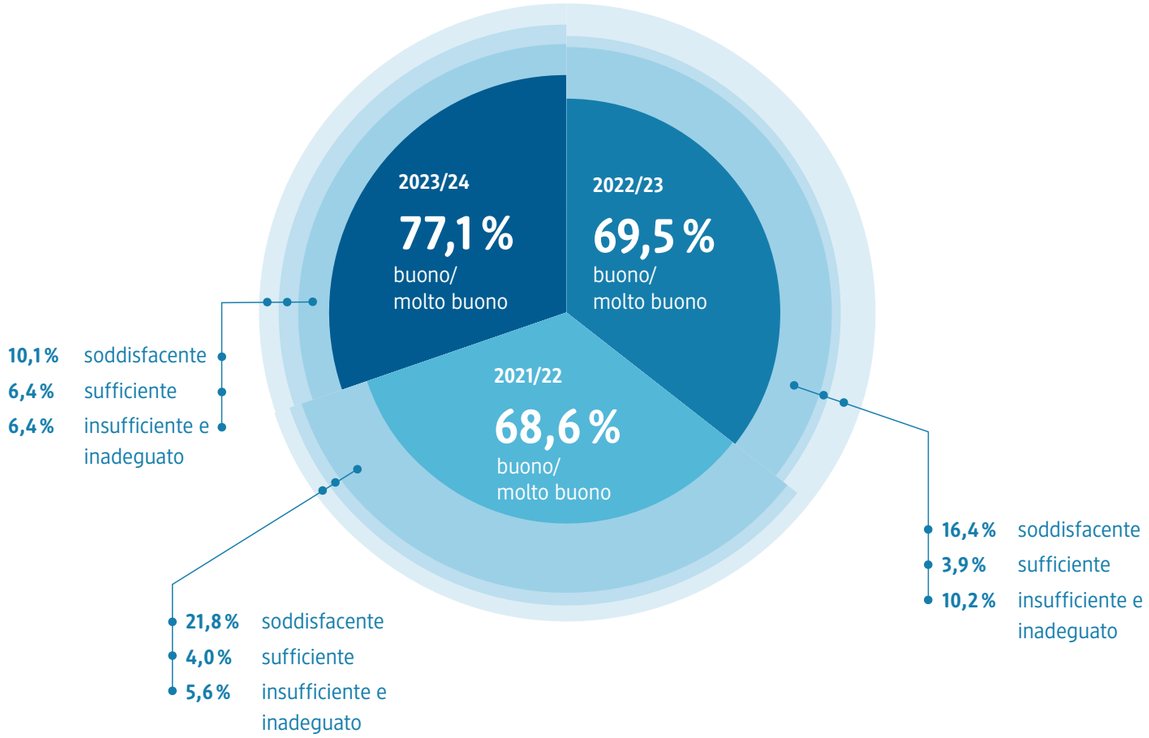
Durante il ciclo di vita del prodotto, effettuiamo controlli approfonditi su nostra iniziativa.

Oltre agli audit, eseguiamo i nostri test approfonditi durante il ciclo di vita del prodotto e facciamo analizzare i prodotti da istituti di audit indipendenti e accreditati. La selezione orientata al rischio dei parametri di prova e la loro valutazione da parte di esperti si basano sulle linee guida interne stabilite da dm. Grazie alla stretta collaborazione con i nostri partner di produzione, ma soprattutto grazie al versatile sistema di autosorveglianza con i suoi test completi, veniamo rapidamente a conoscenza di prodotti difettosi e possiamo agire in modo proattivo per salvaguardare i nostri clienti. Nell'esercizio finanziario 2021/22, abbiamo ritirato sei articoli a marchio dm a titolo precauzionale, e, nel successivo esercizio finanziario 2022/23, ne abbiamo ritirati altri sei in totale. Nell'esercizio finanziario 2023/24, invece, non abbiamo ritirato alcun prodotto. I ritiri di prodotti sono principalmente legati alla presenza di sostanze indesiderate come corpi estranei, microrganismi o tracce di allergeni. In seguito a un ritiro, instauriamo un dialogo costruttivo con il partner interessato e concordiamo misure aggiuntive specifiche per ridurre il più possibile l'eventualità che la situazione si ripeta.

Le aspettative dei nostri clienti nei confronti delle marche dm sono in continua evoluzione, così come i nostri requisiti di qualità interni. Insieme ai partner di produzione, valutiamo e sviluppiamo continuamente i nostri prodotti e integriamo idee per migliorare la composizione, la sostenibilità e i feedback provenienti dalle recensioni dei clienti e dalla gestione dei reclami. Anche i criteri di valutazione di istituti indipendenti come Stiftung Warentest o Öko-Test AG vengono utilizzati ed esaminati in modo critico, perché il nostro obiettivo è continuare a ottenere risultati eccellenti con i nostri prodotti a marchio dm e proseguire così il trend di sviluppo positivo degli ultimi anni.

I nostri prodotti a marchio dm, sicuri e di alta qualità.

Diagramma 2.1: Risultati dei test sui prodotti a marchio dm



I nostri prodotti a marchio dm vengono regolarmente testati da Öko-Test AG e Stiftung Warentest: in totale, sono stati testati 124 prodotti a marchio dm nell'esercizio 2021/22, 128 nell'esercizio 2022/23 e 109 nell'esercizio 2023/24. Ci siamo posti l'obiettivo di garantire che oltre il 75% dei prodotti testati raggiunga una valutazione "molto buona" o "buona".

Comunicazione con i clienti per promuovere la loro consapevolezza

Una buona comunicazione con i clienti è importante perché rafforza la loro fiducia e soddisfazione, generando quindi relazioni a lungo termine. Inoltre, consente alle aziende di ricevere feedback preziosi e di migliorare continuamente i propri prodotti e servizi.

Dalla teoria alla pratica

Impatto, rischi e opportunità

L'accesso completo alle informazioni sui prodotti del nostro assortimento ha un effetto positivo sul livello di consapevolezza dei nostri clienti. Ciò consente loro di utilizzare correttamente i prodotti, riducendo al minimo l'impatto ambientale nelle catene del valore a valle. Se le dichiarazioni su prodotti a marchio dm sono inadeguate o errate, i clienti potrebbero utilizzare i prodotti in modo scorretto o essere tratti in inganno. dm incorrerebbe, dunque, nel rischio di diffide e danni alla reputazione. Fornendo informazioni e comunicazioni trasparenti, possiamo invece mettere in evidenza alternative di prodotto e offerte di servizi più sostenibili. Questo ci dà l'opportunità di contribuire a un futuro più sostenibile.

Il nostro approccio: strategia, obiettivi e misure

Il rispetto delle disposizioni di legge e delle norme di tutela dei consumatori in fase di etichettatura dei prodotti a marchio dm è molto importante per noi. Per quanto riguarda la sostenibilità, i nostri requisiti sono superiori a quelli di legge e offriamo ai clienti la possibilità di orientarsi facilmente grazie ad adeguate informazioni sui prodotti.

Inoltre, ci impegniamo a promuovere un consumo più sostenibile che soddisfi le esigenze dei clienti, comunicando con loro sia in modo diretto nei nostri punti vendita e tramite il servizio clienti, sia attraverso i nostri canali social. Questo ci consenti di rispondere in modo mirato ai feedback ricevuti, allineando ulteriormente il nostro assortimento alle necessità dei clienti.

Offriamo informazioni complete: i clienti dm possono informarsi sulle caratteristiche dei prodotti sia direttamente al momento dell'acquisto nei punti vendita dm che nello shop online. Se necessario, i nostri collaboratori negli store sono inoltre disponibili per fornire consulenze personalizzate.

Comunichiamo alternative di prodotti e servizi più sostenibili e promuoviamo un consumo più consapevole: vogliamo adottare una comunicazione continua, campagne e iniziative promozionali mirate a presentare ai nostri clienti alternative di prodotto e offerte di servizi più sostenibili e incoraggiarli ad agire in modo più consapevole.

Fornire informazioni complete ai nostri clienti

Obiettivo	Misure
Vogliamo garantire una comunicazione costante e trasparente con i nostri clienti.	Informazioni riportate sui prodotti a marchio dm. Comunicazione delle certificazioni di prodotto. Ulteriori informazioni relative alla sostenibilità sull'imballaggio dei prodotti e nello shop online dm. Consulenza specialistica nei punti vendita dm.

Comunicazione di alternative di prodotti e servizi più sostenibili e promozione di un consumo più consapevole

Obiettivo	Misure
Vogliamo promuovere scelte di acquisto più sostenibili attraverso una comunicazione mirata.	Implementazione di iniziative di comunicazione incentrate su un consumo più sostenibile. Comunicazione personalizzata con il gruppo target specifico di clienti tramite newsletter sul tema della sostenibilità. Possibilità di filtrare i prodotti nello shop online dm per facilitare la ricerca di articoli più sostenibili. Ottimizzazione continua dell'etichettatura sugli scaffali e nello shop online dm.

Fornire informazioni complete sui prodotti

Le certificazioni dei prodotti e le etichette verdi sulle confezioni consentono ai nostri clienti di orientarsi in modo rapido e sicuro durante gli acquisti presso i nostri punti vendita. Ma anche comunicare ulteriori informazioni sugli aspetti legati alla tutela dell'ambiente può incoraggiare i consumatori a optare per varianti di prodotto più sostenibili. I detersivi concentrati a marchio dm Denkmit ne sono un esempio: insieme ai nostri partner di produzione, abbiamo infatti sviluppato una formula che consente di risparmiare quasi la metà del detersivo solitamente utilizzato e abbiamo deciso di evidenziare questo vantaggio in modo ben visibile sul packaging del prodotto.

Nel nostro shop online, i clienti possono trovare ulteriori informazioni dettagliate sui prodotti nelle rispettive pagine e in generale sul tema dei prodotti più sostenibili, ad esempio all'indirizzo dm-drogeriemarkt.it/vivere-green-con-dm.

La consulenza personalizzata ai clienti nei punti vendita dm è fondamentale per noi. Per questo motivo, è molto importante che i nostri collaboratori siano ben informati e in grado di veicolare le loro conoscenze ai clienti. La piattaforma digitale per la formazione e l'aggiornamento (dm-Lernwelt) offre circa 20 corsi, che spaziano dalla conoscenza di base sull'assortimento e le informazioni specifiche sui prodotti alla comunicazione con i clienti.

Per noi è molto importante rivolgerci ai nostri clienti in modo individuale e personalizzato.

Nell'ambito di un progetto internazionale intitolato "Kundenbegegnung am ‚Point of Sale'" (L'incontro con il cliente nel punto vendita), sono stati creati materiali per il "Customer journey presso dm". Questi includono "one-pager", poster e una pagina intranet, a disposizione di tutti i collaboratori dei nostri punti vendita dm per supportarli nel contatto con i clienti.

Talk con esperti

che consentono ai collaboratori di ricevere conoscenze specialistiche di settore.

Alcuni dei momenti più importanti sono i nostri ExpertenTalks, che riuniscono i collaboratori dei punti vendita dm con i loro colleghi del dialogicum dm. Entrambe le parti traggono vantaggio da questo scambio: da un lato, la possibilità di apprendere i retroscena e la motivazione dietro l'implementazione di temi e progetti, come ad esempio nuove idee di prodotto; dall'altro, quella di porre domande specifiche e riportare direttamente le esigenze dei clienti ai colleghi specializzati.

I clienti possono ricevere la nostra rivista ACTIVE BEAUTY nei negozi dm in Austria, così come online su activebeauty.at

Presso i punti vendita dm Germania è disponibile la rivista @dm_alverde_magazin.

Promuovere l'interesse verso i prodotti più sostenibili

Per indirizzare i nostri clienti verso decisioni di acquisto più sostenibili, realizziamo regolarmente campagne di comunicazione sulla sostenibilità. Informazioni chiare, facilmente accessibili e adattate ai diversi target, sono particolarmente rilevanti in questo contesto. Nel caso di questioni complesse, come il packaging e l'economia circolare, consideriamo una nostra responsabilità quella di riportare fatti e fornire informazioni di base. Ciò avviene attraverso il nostro shop online, la nostra app la mia dm, i nostri canali social e newsletter personalizzate specifiche per ogni target.

Nel sottogruppo dm Austria, promuoviamo la sostenibilità anche attraverso le "Green Ideas", ossia una serie di suggerimenti dedicati ai nostri clienti che desiderano condurre uno stile di vita più sostenibile.

Durante tutto l'anno, forniamo input e integriamo alternative di prodotti più sostenibili nel piano di comunicazione. I punti focali dell'esercizio finanziario 2023/24 sono stati, ad esempio: lo stile di vita vegano, la pulizia e il bucato sostenibili, l'economia circolare, la sostenibilità sociale e la regionalità.

Nello shop online dm è possibile applicare un filtro ai prodotti per cercare alternative più sostenibili. In alcuni paesi del sottogruppo dm Austria (fanno eccezione solo Italia e Macedonia del Nord), questi prodotti sono evidenziati a scaffale con etichette verdi dal 2017. dm Italia ha implementato il roll-out di questa strategia nel febbraio 2025, mentre dm Macedonia del Nord è in fase di test. Abbiamo collaborato con istituzioni, ONG e ministeri come il Ministero tedesco dell'Ambiente, per sviluppare tali criteri. Come conseguenza

dell'aumento dei marchi di sostenibilità, abbiamo innalzato i nostri standard nel 2022. A settembre 2024, 18 certificati e marchi di controllo soddisfano i nostri criteri in materia di impatto ambientale, responsabilità sociale, benessere degli animali e solidità: circa 2400 prodotti vantano l'etichetta verde.

Etichette verdi

Attualmente 18 sigilli e marchi di controllo sono contrassegnati con l'etichetta verde sugli scaffali. Ulteriori informazioni su dm-drogeriemarkt.it

Le confezioni dei prodotti a marchio dm vengono adattati o rietichettati per determinati paesi, al fine di soddisfare i requisiti di etichettatura, che possono variare da paese a paese, e di garantire che i nostri clienti siano ben informati sui singoli prodotti.

Sul nostro shop online, un filtro per i prodotti facilita la ricerca di alternative di prodotto più sostenibili.

In quasi tutti i paesi del sottogruppo Austria, le etichette verdi orientano i clienti verso una scelta più consapevole direttamente dagli scaffali.

Nel 2024, abbiamo informato i nostri clienti in Germania, Austria, Croazia e Slovenia della possibilità di visualizzare lo scontrino in formato digitale tramite l'app la mia dm, rinunciando a stamparlo in cassa. Questo ci ha permesso di risparmiare oltre 7.500 chilometri di rotoli di carta nell'anno di esercizio 2023/24. A partire dal 2025, gli scontrini digitali saranno introdotti anche in Slovacchia, Bosnia-Erzegovina, Bulgaria e Romania, mentre i clienti italiani potranno ricevere un riepilogo digitale.

Per ridurre ulteriormente il suo impatto ambientale, dm Austria sta anche passando a una carta più ecologica per gli scontrini stampati. I rotoli di carta bianca utilizzati in precedenza saranno sostituiti da rotoli blu. A differenza della carta bianca, questo materiale può essere riciclato e smaltito nella raccolta della carta, invece di essere gettato nei rifiuti non riciclabili. I nuovi scontrini sono quindi riciclabili e hanno un'impronta ecologica ridotta del 30%. Oltre che in Austria, sono già disponibili in Repubblica Ceca e Slovenia.

7.500

chilometri di rotoli di carta

risparmiati nell'anno fiscale 2023/24 grazie all'uso dello scontrino digitale.

Con il desiderio di accompagnare i nostri clienti verso decisioni di acquisto più sostenibili, da febbraio 2024 presentiamo regolarmente sulla homepage dello shop online e dell'app la mia dm, alternative di prodotto più sostenibili.

Oltre al desiderio di garantire una scelta sostenibile, ci impegniamo anche a proporre prezzi in linea con le esigenze dei nostri clienti, consentendo loro di acquistare prodotti di qualità a prezzi competitivi ad esempio, con la nostra campagna Ribassi Fissi, lanciata per la prima volta da dm Italia nel settembre 2023, e riproposta successivamente per altri due round, abbiamo ridotto il prezzo di molti articoli, come pannolini, cosmetici naturali, prodotti per la cura del corpo e per la detergenza, garantendo prezzi più convenienti per un minimo di 4 mesi dalla data del ribasso.

Scaffale a L che comunica la nostra campagna dedicata ai Ribassi Fissi, attraverso cui abbiamo ridotto il prezzo di molti articoli, garantendo prezzi più convenienti per un minimo di 4 mesi dalla data del ribasso.

Sicurezza informatica e protezione dei dati affidabili

Un reparto IT funzionante è essenziale per la vendita al dettaglio e garantisce processi aziendali efficienti. Senza un'infrastruttura IT efficiente, infatti, è oggi quasi impossibile effetturare vendite sia in negozio che online. Anche il reparto IT svolge un ruolo decisivo nella gestione dei dati sensibili. Un approccio personalizzato e la comunicazione di informazioni rilevanti comportano la necessità di raccogliere dati da clienti e partner e di trattarli in modo accurato e sicuro.

Dalla teoria alla pratica

Impatto, rischi e opportunità

In dm sviluppiamo soluzioni IT innovative per il nostro shop online, per la nostra app la mia dm, e per i sistemi IT nei nostri punti vendita, nei centri di distribuzione logistica e nei nostri dialogicum dm. Guasti tecnici e problemi IT possono portare i clienti ad avere un accesso limitato ai prodotti e, ai servizi dm, o al nostro shop online. Il rischio è rappresentato dal fatto che gli attacchi informatici all'infrastruttura IT possono causare indisponibilità e perdita di dati, con conseguente calo delle vendite, sanzioni e danni alla reputazione, oltre a mettere a repentaglio l'esistenza dell'azienda.

Il nostro approccio: strategia, obiettivi e misure

La qualità, le prestazioni dei sistemi IT di un'azienda e le sue competenze tecnologiche sono ormai indissolubilmente legate al suo successo. Per questo motivo, attribuiamo un'alta priorità all'affidabilità e alla disponibilità dei nostri sistemi IT. Allo stesso tempo, la protezione delle persone fisiche per quanto riguarda il trattamento dei loro dati personali è un diritto fondamentale. Il suo scopo è offrire alle persone il controllo sui propri dati personali ed è uno dei motivi per cui la protezione dei dati dei nostri clienti è la nostra massima priorità.

Garanzia di una sicurezza IT coerente: per noi è assolutamente fondamentale riconoscere ed eliminare tempestivamente le lacune di sicurezza. Per questo motivo investiamo continuamente per mantenere la nostra infrastruttura IT aggiornata e sicura.

Garanzia di una piena protezione dei dati: trattiamo i dati dei nostri clienti con particolare attenzione e rispettando le norme di protezione degli stessi.

Un nostro cliente scansiona autonomamente il suo prodotto alla nostra cassa self-service.

Garanzia di una sicurezza IT coerente	
Obiettivo	**Misure**
Vogliamo garantire un accesso continuo ai nostri prodotti e servizi attraverso diversi canali.	Adeguamento organizzativo ed espansione dell'organismo di sicurezza IT a livello aziendale. Ampliamento dei processi e degli standard aziendali per la sicurezza IT. Garanzia continua di un'infrastruttura cloud e di data center resilienti.

Garanzia di una piena protezione dei dati	
Obiettivo	**Misure**
Il nostro obiettivo è garantire costantemente un'elevata protezione dei dati dei nostri clienti.	Espansione continua dell'organismo per la protezione dei dati e del sistema di gestione della protezione dei dati. Implementazione di processi interni di monitoraggio e documentazione. Definizione e implementazione di misure tecniche e organizzative per la protezione dei dati.

Infrastruttura IT a prova di futuro

Per assicurare che lo shop online, l'app la mia dm e i sistemi di cassa dei punti vendita forniscano sempre i servizi attesi dai clienti, e garantire un ottimo funzionamento dei canali di comunicazione, il Gruppo dm e la sua consociata dmTECH investono in tecnologie potenti e sostenibili per il futuro, oltre che in un organismo di sicurezza IT che consente all'intero Gruppo di adattarsi strategicamente e rapidamente alle nuove minacce.

Oltre al costante aggiornamento dei requisiti e delle linee guida, l'organismo di sicurezza IT prevede anche l'ampliamento dei meccanismi di rilevamento e dei processi di risposta e l'intensificazione della collaborazione con i fornitori di servizi esterni per proteggersi, ad esempio, dagli attacchi informatici. Misure come test di penetrazione regolari e campagne di sensibilizzazione per i collaboratori mantengono costantemente alta l'attenzione dell'azienda sull'importanza della sicurezza IT.

Investiamo in tecnologie ad alte prestazioni e a prova di futuro.

I nostri collaboratori garantiscono la sicurezza e l'affidabilità della nostra infrastruttura IT.

I data center sono fondamentali per la disponibilità della nostra infrastruttura IT. In caso di disastro, sia esso causato da eventi atmosferici o da un attacco, potrebbe verificarsi un'interruzione prolungata o la perdita permanente di parti essenziali di un data center. Per questo motivo, oltre a utilizzare infrastrutture cloud, dmTECH gestisce data center ridondanti in grado di garantire la disponibilità dell'infrastruttura IT gestita internamente in modo indipendente.

L'uso di sistemi ridondanti ci permette di superare semplici guasti del sistema. Le interruzioni più estese dell'infrastruttura vengono gestite grazie a ridondanze nei sistemi centrali, che sono distribuiti in diversi data center. Le esercitazioni periodiche in caso di emergenza, preparate, eseguite e analizzate da un gruppo di lavoro dedicato presso dmTECH, confermano che con questa strategia è possibile gestire situazioni critiche analoghe.

Esercitazioni regolari sulla gestione di situazioni critiche confermano l'efficacia delle nostre strategie di emergenza.

Oltre ai data center interni, alcune parti della nostra infrastruttura IT sono esternalizzate tramite servizi cloud su data center distribuiti di fornitori di servizi cloud e ne è garantita la disponibilità nei loro data center certificati.

I dati dei nostri clienti sono in mani sicure

Vogliamo trattare in modo esemplare i dati dei nostri clienti e garantire un elevato livello di trasparenza degli stessi. Per assicurarci che i nostri clienti siano sempre in grado di capire quali dei loro dati vengono memorizzati e come vengono trattati in conformità ai requisiti di legge, sul nostro sito sono disponibili informazioni esaustive e di facile consultazione (dm-drogeriemarkt.it/privacypolicy). Forniamo inoltre attivamente informazioni e opzioni di contatto online, in modo che i nostri clienti possano esercitare e difendere autonomamente i propri diritti legali nel miglior modo possibile (dm-drogeriemarkt.it/services).

Siamo consapevoli della nostra responsabilità rispetto ai dati dei nostri clienti e, per proteggerli, abbiamo creato un organismo con team dedicati e un sistema completo di gestione. Sono state implementate sia misure di sicurezza tecniche (come un processo regolamentato di assegnazione delle autorizzazioni, aggiornamenti di sicurezza regolari e backup, protezione da software dannosi e utilizzo della crittografia) sia misure organizzative (come processi di segnalazione, elaborazione delle richieste degli interessati, obbligo di riservatezza, misure di sensibilizzazione, concetti di autorizzazione e cancellazione, verifica dei responsabili del trattamento e relativa stipula contrattuale). Grazie alla revisione e all'adeguamento periodico dei requisiti di protezione dei dati, garantiamo che i dati dei nostri clienti siano trattati in modo riservato in tutto il Gruppo dm.

Comunicazione

trasparente sulla raccolta dei dati.

I clienti possono utilizzare il proprio smartphone alla cassa in modo sicuro, sapendo di poter contare su un'adeguata protezione dei dati.

3

Agire in armonia con la natura

Misure significative per contrastare il cambiamento climatico

Conservazione delle risorse ed economia circolare

Biodiversità

Uso responsabile delle risorse idriche

Riduzione significativa dell’impatto ambientale

dm persegue una strategia ambientale a tutto tondo

Per la nostra società, la salvaguardia dell'ambiente è essenziale per garantire una vita sana e costituisce un prerequisito fondamentale per la pace globale. È fondamentale proteggere le nostre risorse naturali, e per raggiungere questo obiettivo, è indispensabile adottare misure che riconoscano i limiti del nostro pianeta. Per questo motivo, temi relativi a cambiamento climatico e perdita di biodiversità sono da tempo al centro della nostra attenzione.

Come azienda, cerchiamo di comportarci in modo esemplare e ci assumiamo la responsabilità di prenderci cura dell'ambiente, delle persone e della natura. Ci poniamo l'obiettivo di agire in modo economicamente sostenibile, rispettando i limiti del nostro pianeta. Attraverso innovazioni sistemiche, la cooperazione interdisciplinare e lo sviluppo di nuovi processi e prodotti più sostenibili, noi di dm possiamo promuovere un modo più consapevole di operare. Così rispettiamo la natura e miglioriamo la qualità di vita delle persone per le generazioni attuali e per quelle future.

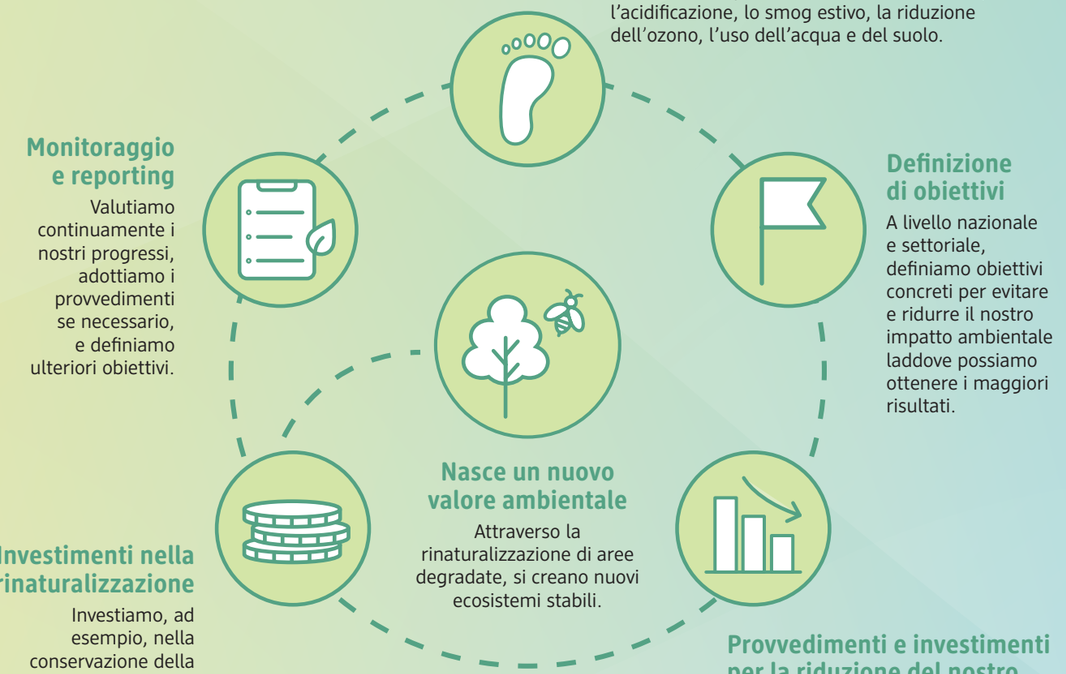
L'obiettivo della nostra strategia ambientale a tutto tondo è identificare in modo esaustivo gli impatti ambientali significativi e contenerli il più possibile attraverso strategie mirate di prevenzione e riduzione. Queste comprendono misure per la decarbonizzazione, la conservazione delle risorse e la promozione dell'economia circolare, la salvaguardia della biodiversità, l'uso responsabile dell'acqua e dell'ambiente e la riduzione dell'inquinamento da noi causato. dm Germania converte gli impatti ambientali inevitabili delle operazioni che conduce in costi ambientali e li investe nella rinaturalizzazione delle aree degradate (Scope 1 e 2 - riferimento a tabella pagina 67). È così che creiamo valore ambientale. Stiamo valutando la possibilità di estendere in futuro questo approccio ad altri paesi in cui dm opera.

Per essere sempre pronti ad affrontare il futuro, offriamo ai nostri clienti una selezione di prodotti più sostenibili e forniamo loro informazioni chiare su questi temi (vedere il sottocapitolo "Progettazione responsabile dell'assortimento di prodotti"). In questo modo, contribuiamo attivamente a delineare una trasformazione verso un futuro più sostenibile.

Ci assumiamo la responsabilità per le persone e la natura, agiamo in modo sostenibile e riduciamo il nostro impatto ambientale attraverso misure e innovazioni mirate.

Sostenibilità ecologica

Abbiamo una visione a tutto tondo della nostra strategia ambientale, partendo dalla misurazione del nostro impatto fino al monitoraggio e alla rendicontazione dei nostri obiettivi, delle nostre misure e dei nostri investimenti.



Misure significative per contrastare il cambiamento climatico

La comunità internazionale ha ratificato l'Accordo di Parigi sul clima nel 2015. Uno degli obiettivi principali di questo Accordo è la limitazione del riscaldamento globale al di sotto dei 2°C rispetto ai livelli preindustriali e la riduzione a zero delle emissioni globali di gas a effetto serra entro il 2050.

Dalla teoria alla pratica

Impatto, rischi e opportunità

Il contrasto al cambiamento climatico e l'adattamento a esso sono oggi sfide fondamentali per la nostra società. Ci impegniamo a rispettare l'Accordo di Parigi e, come azienda, vogliamo dare il nostro contributo alla lotta contro i cambiamenti climatici. La maggior parte delle emissioni di gas a effetto serra del Gruppo dm viene generata all'interno delle catene del valore a monte, in particolare nella produzione e nel trasporto dei prodotti che vendiamo e nella costruzione degli edifici dei nostri punti vendita. Per quanto riguarda le operazioni gestite direttamente da dm, contribuiscono in modo significativo alle emissioni di gas serra anche la gestione dei centri di distribuzione e delle sedi centrali, nonché quella dei punti vendita, che comprende anche ristrutturazione e ampliamento. Nella catena del valore a valle, le emissioni di gas serra più consistenti sono generate dall'uso dei nostri prodotti e dagli spostamenti effettuati dai nostri clienti da e verso i punti vendita dm.

Il cambiamento climatico in atto comporta dei rischi per noi, in quanto porta a eventi meteorologici estremi più frequenti, come alluvioni, ondate di calore e incendi boschivi. Questi fenomeni possono poi avere come conseguenza una scarsità di materie prime, un aumento dei prezzi di acquisto, ritardi nella produzione o l'impossibilità di effettuare alcune consegne. I danni o la distruzione delle infrastrutture, dei centri di distribuzione e dei punti vendita possono comportare disservizi nelle consegne e interruzioni nelle nostre operazioni. Il sistema globale di gestione del rischio dell'azienda tiene conto di tali possibili circostanze.

Per noi, lo sviluppo di prodotti innovativi a basse emissioni e l'offerta di un assortimento e di servizi che favoriscano un consumo sostenibile dal punto di vista climatico rappresentano un'opportunità. Per ulteriori dettagli, vedere i sottocapitoli "Sviluppo responsabile dell'assortimento", "Conservazione delle risorse ed economia circolare" e "Biodiversità". Processi di produzione e logistica efficienti riducono le emissioni di gas serra e incrementano la nostra redditività sul medio e lungo periodo. Inoltre, l'indipendenza dal mercato dei combustibili fossili consente di rendere l'azienda più resiliente.

Nuove opportunità

nello sviluppo di prodotti innovativi e a basse emissioni.

Il nostro approccio: strategia, obiettivi e misure

Perseguiamo una strategia di decarbonizzazione coerente volta a ridurre le emissioni di gas serra nelle nostre catene del valore a monte e a valle e nelle nostre attività. Dal 2020 rileviamo e analizziamo le nostre emissioni dirette e indirette di gas serra in conformità con gli standard del Protocollo sui gas a effetto serra (Greenhouse Gas Protocol Standards o GHG Protocol), al fine di individuare un potenziale di riduzione rilevante. L'analisi ha dimostrato che la maggior parte delle emissioni vengono generate nelle catene del valore a monte e a valle (Scope 3). Stiamo pertanto registrando progressivamente le emissioni in tutte le categorie per noi rilevanti. La nostra analisi preliminare mostra che la percentuale maggiore di emissioni è dovuta al nostro assortimento. In futuro, in questo calcolo includeremo anche la distanza percorsa dai nostri clienti per raggiungere i punti vendita dm.

Scope 1	Scope 2	Scope 3
Emissioni dirette • Combustione stazionaria, ad esempio riscaldamento • Combustione mobile, ad esempio auto aziendali	Emissioni indirette Energia acquistata • Riscaldamento urbano • Elettricità	Emissioni indirette: • Catene del valore • Emissioni pregresse (tra cui acquisti, trasporti) • Emissioni successive (tra cui utilizzo del prodotto)

Classificazione delle emissioni di gas a effetto serra secondo il Greenhouse Gas (GHG) Protocol.

Possiamo incidere direttamente sulle nostre emissioni di gas serra legate all'energia e fare scelte mirate in merito allo sviluppo del nostro assortimento e all'offerta di servizi nonché all'arredamento dei nostri punti vendita dm. Nelle catene del valore a monte lavoriamo a stretto contatto con numerosi partner per contribuire insieme al contrasto del cambiamento climatico.

Il nostro obiettivo è raggiungere emissioni zero entro il 2045. A tal fine, ci siamo posti obiettivi di riduzione specifici per ogni area, basati sulle nostre analisi del ciclo di vita.

Aumento dell'efficienza energetica e incremento dell'uso di energie rinnovabili: investiamo nell'ampliamento delle tecnologie (edilizie) che ottimizzano il consumo di risorse, nell'espansione dei nostri impianti fotovoltaici e nella conversione alle energie rinnovabili per l'approvvigionamento energetico, laddove possibile.

Misurazione e riduzione delle emissioni di gas serra del nostro assortimento: misuriamo gli impatti specifici del nostro assortimento sulla base di cluster di prodotti e lavoriamo con i nostri partner per concretizzare i nostri obiettivi e le nostre misure di riduzione.

Progettazione di una logistica e di una mobilità dei trasporti a basse emissioni: insieme ai nostri partner logistici, sviluppiamo una pianificazione efficiente dei trasporti e testiamo l'idoneità delle nuove tecnologie di propulsione per le consegne. Adottiamo anche misure per promuovere una mobilità a emissioni ridotte dei nostri clienti, dei nostri collaboratori e dell'azienda in generale.

Analisi ecologica delle misure edilizie: redigiamo analisi ecologiche per gli edifici e per i singoli elementi di arredo, al fine di individuare potenziali concreti per ridurre il nostro impatto ambientale.

Il nostro obiettivo è raggiungere emissioni nette pari a zero entro il 2045.

Contribuiamo inoltre a creare nuovo valore ambientale. Ciò significa che prevediamo investimenti mirati alla rinaturalizzazione, con l'obiettivo di compensare parte del nostro impatto ambientale (vedere il sottocapitolo "Biodiversità").

Aumento dell'efficienza energetica e incremento dell'uso di energie rinnovabili

Obiettivo	Misure
Ogni anno riduciamo il consumo medio di energia nell'intera rete di punti vendita dm di almeno un chilowattora (kWh) per metro quadro di superficie di vendita.	Utilizzo di nuove tecnologie edilizie con pompe di calore ad alta efficienza energetica e conversione all'illuminazione a LED. Utilizzo di tecnologie di controllo (controllo automatizzato dell'impianto di ventilazione e riscaldamento, ad esempio) e misurazione dei consumi in tutti i punti vendita dm entro la fine del 2027 per un controllo più responsabile degli impianti tecnici. Piani d'azione dettagliati per la gestione dell'energia nel periodo estivo e invernale, con orari stabiliti di accensione dell'illuminazione e specifiche tecniche per la temperatura.
Entro il 2027 introdurremo in tutti i paesi in cui opera il Gruppo dm una gestione globale dell'energia conforme alla norma DIN EN ISO 50001.	Processo di miglioramento continuo, monitoraggio dell'energia e riduzione del consumo energetico grazie all'introduzione del sistema di gestione dell'energia. Germania, Austria, Croazia, Bosnia-Erzegovina, Serbia, Macedonia del Nord e Slovenia hanno già ottenuto la certificazione nell'esercizio finanziario 2023/24. Introduzione dello standard in Italia e in Repubblica Ceca nell'esercizio 2024/25, in Bulgaria e Ungheria nell'esercizio 2025/26 e in Romania, Slovacchia e Polonia nell'esercizio 2026/27. Formazione dei nostri collaboratori sul tema dell'efficienza energetica.
La nostra strategia di approvvigionamento energetico si basa su nuovi pilastri e prevede un aumento dell'approvvigionamento da commercializzazione diretta e dalle nostre fonti di energia rinnovabile a livello aziendale.	Acquisizione di contratti di acquisto di energia (PPA, Power Purchase Agreements): in dm Germania, a partire dal 2025, circa il 20% dell'elettricità sarà progressivamente prodotta da progetti eolici e solari commercializzati direttamente. Analisi dei contratti PPA a livello nazionale nel sottogruppo dm Austria per espandere la fornitura di energia elettrica nell'esercizio 2024/25. Approvvigionamento (a partire da settembre 2024) di energia fotovoltaica per 78 sedi, tra cui centri di distribuzione, dialogicum dm e punti vendita. Continua l'espansione del nostro portafoglio, che include impianti propri, impianti dei locatori e acquisto diretto di energia. Stiamo ampliando gradualmente i nostri impianti fotovoltaici nei punti vendita dm, con circa 60 nuove installazioni ogni anno.

Aumento dell'efficienza energetica e incremento dell'uso di energie rinnovabili

Obiettivo	Misure
Perseguiamo l'obiettivo della decarbonizzazione per quanto riguarda l'elettricità e il riscaldamento dei nostri punti vendita, dei centri di distribuzione e del dialogicum dm.	Installazione di pompe di calore. Passaggio dal riscaldamento a combustibile fossile a un'opzione più sostenibile entro il 2030 in tutte le sedi in cui è possibile. Promozione di un incremento dell'acquisto diretto di energia elettrica verde attraverso, ad esempio, impianti fotovoltaici su tetto e PPA per parchi eolici e solari.

Misurazione e riduzione delle emissioni di gas serra del nostro assortimento

Obiettivo	Misure
Misuriamo le emissioni di gas serra e decarbonizziamo il nostro assortimento.	Completamento della valutazione dell'impatto ambientale dell'assortimento nel 2025. Apertura di un dialogo con i nostri partner di produzione e industriali per concordare obiettivi climatici comuni alla luce di tale valutazione. Misurazione progressiva degli impatti ambientali, oltre che delle emissioni di gas serra, per le nostre marche dm utilizzando analisi del ciclo di vita (LCA, Life Cycle Assessment) e riduzione mirata dei punti critici attraverso l'attuazione di obiettivi di economia circolare e misure di conservazione delle risorse.

Progettazione di una logistica e una mobilità dei trasporti a basse emissioni

Obiettivo	Misure
Entro il 2035, vogliamo promuovere l'uso di flotte di automezzi ecologici, ricercare tecnologie di propulsione alternative e sviluppare soluzioni innovative per un trasporto efficiente.	Riesame continuo di ulteriori possibilità di utilizzo per il trasporto combinato in tutto il Gruppo dm. Implementazione di progetti pilota relativi alla pianificazione del trasporto sostenibile e a veicoli come automezzi a idrogeno ed elettrici. Riduzione del ritmo di consegna nei nostri reparti di trasporto interno (distribuzione e distribuzione di mercato) nel sottogruppo dm Austria. Utilizzo di mezzi di trasporto elettrici per le consegne express.

Progettazione di una logistica e una mobilità dei trasporti a basse emissioni

Obiettivo	Misure
Entro il 2027 raggiungeremo un tasso medio di utilizzo dello spazio sui pallet del 95% per i prodotti a marchio dm, ponderato in base al numero degli stessi.	Comunicazione delle nostre esigenze ai partner e verifica delle proposte di pallettizzazione. Questo ci permette di ottimizzare continuamente la nostra pianificazione dei trasporti. Nell'estate del 2024, la percentuale è stata del 93,4%.
Vogliamo promuovere la mobilità sostenibile per i nostri clienti e collaboratori.	Espansione continua dell'integrazione col trasporto pubblico locale e sviluppo dei nostri punti vendita affinché includano parcheggi per biciclette/cargo bike. Implementazione di misure per ridurre le emissioni causate dagli spostamenti dei nostri collaboratori per recarsi al lavoro, come ad esempio l'offerta di biciclette aziendali o di bus navetta per i centri di distribuzione in alcuni paesi in cui dm opera. Attenzione a garantire la possibilità di raggiungere comodamente in bicicletta e con i mezzi pubblici i nuovi dialogicum dm. Ampliamento dell'infrastruttura di ricarica elettrica presso le sedi attuali del dialogicum dm.
Vogliamo ridurre le emissioni di gas serra dei nostri veicoli.	Acquisizione di nuovi veicoli elettrici nell'ambito del nostro programma di mobilità sostenibile. Presso dm Italia, l'utilizzo di veicoli elettrici è attualmente in corso di valutazione.

Analisi ecologica delle misure edilizie

Obiettivo	Misure
Vogliamo decarbonizzare il funzionamento strutturale, tecnico ed infrastrutturale dei nostri punti vendita grazie a misure di riduzione della CO_2 entro il 2045.	Analisi sistematica dell'impatto ambientale delle nostre attività edilizie dall'esercizio 2024/25 nel sottogruppo dm Austria. Accordo sugli obiettivi di sostenibilità con le imprese di costruzione nel sottogruppo dm Austria entro la fine dell'esercizio 2024/25. Analisi approfondita di tutti i processi operativi come la manutenzione, la riparazione o la pulizia per ridurre al minimo l'impatto ambientale attraverso, ad esempio, la gestione proattiva dei guasti o la riduzione dei prodotti chimici utilizzati.

Analisi ecologica delle misure edilizie

Obiettivo	Misure
	Conclusione di accordi sugli obiettivi di sostenibilità con i nostri fornitori. Ricerca sull'uso di refrigeranti alternativi e più sostenibili nel sottogruppo dm Austria.
Vogliamo ridurre ulteriormente le nostre emissioni di gas serra nell'allestimento dei punti vendita entro il 2030.	Conduzione di analisi ecologiche degli allestimenti dei singoli punti vendita a partire dall'esercizio finanziario 2024/25, per identificare il potenziale di riduzione delle emissioni di CO_2 e ottimizzare la selezione dei materiali.

Emissioni di ciascun reparto aziendale (Scope 1 e 2)

Conseguire gli obiettivi energetici strategici
Da diversi anni analizziamo costantemente i nostri consumi energetici. Entro il 2027 introdurremo in tutti i paesi del Gruppo dm una gestione globale dell'energia conformemente alla norma DIN EN ISO 50001. Attualmente, il 50% dei paesi in cui dm opera è certificato. dm Italia sarà certificata secondo la norma ISO-50001 nell'esercizio finanziario 2024/2025.

Per ridurre costantemente il fabbisogno energetico di tutte le sedi dm e aumentare al contempo la nostra efficienza energetica, continuiamo a investire nell'installazione di pompe di calore a risparmio energetico, in tecnologie di controllo e nella graduale conversione all'illuminazione a LED. In Italia, a settembre 2024, 59 punti vendita (68%) sono già dotati di pompe di calore e 87 punti vendita sono passati all'illuminazione a LED (100%).

Nel sottogruppo dm Austria, da settembre 2024, un totale di 991 punti vendita dm (51%) sono stati dotati di pompe di calore, mentre 1790 punti vendita dm (92%) sono stati dotati di illuminazione a LED. Entro il 2027, il sottogruppo dm Austria prevede di dotare tutte le sedi di una tecnologia di controllo e misurazione dei consumi.

I collaboratori di tutti i punti vendita dm hanno a disposizione piani d'azione dettagliati per la gestione dell'energia nel periodo estivo e invernale, in modo da poter impostare gli orari di accensione dell'illuminazione e della temperatura in maniera efficiente dal punto di vista energetico. Tutti i collaboratori ricevono inoltre una formazione in materia di energia.

Tabella 3.1: Consumo totale di energia del Gruppo dm in megawattora (MWh)

Consumo di energia e mix energetico in MWh*	Gruppo dm					
	2021		2022		2023	
	assoluto	in %	assoluto	in %	assoluto	in %
(1) Consumo di combustibile da petrolio greggio e derivati del petrolio	12.099	2 %	14.448	3 %	15.111	3 %
(2) Consumo di combustibile da gas naturale	50.773	10 %	43.265	9 %	37.573	8 %
(3) Consumo di combustibile da altre fonti fossili	29.086	6 %	22.076	5 %	18.347	4 %
(4) Consumo di elettricità, calore, vapore e raffreddamento acquistati o ricevuti e da fonti fossili	98.708	20 %	90.280	19 %	81.843	18 %
(5) Consumo totale di energia fossile	**190.667**	**39 %**	**170.069**	**36 %**	**152.874**	**33 %**
(6) Consumo di combustibile da fonti rinnovabili, compresa la biomassa (inclusi i rifiuti industriali e urbani di origine biologica, il biogas, l'idrogeno da fonti rinnovabili, ecc.)	2.788	1 %	2.623	1 %	2.915	1 %
(7) Consumo di elettricità, calore, vapore e raffreddamento acquistati o ricevuti e da fonti rinnovabili	294.534	60 %	301.073	63 %	308.049	66 %
(8) Consumo di energia rinnovabile autoprodotta diversa dai combustibili**	561	0 %	1.031	0 %	782	0 %
(9) Consumo totale di energia rinnovabile	**297.883**	**61 %**	**304.727**	**64 %**	**311.745**	**67 %**
(5+9) Consumo di energia totale	**488.549**	**100 %**	**474.796**	**100 %**	**464.620**	**100 %**

Consumo di energia e mix energetico in MWh*	dm Italia					
	2021		2022		2023	
	assoluto	in %	assoluto	in %	assoluto	in %
(1) Consumo di combustibile da petrolio greggio e derivati del petrolio	543	9%	573	8%	569	8%
(2) Consumo di combustibile da gas naturale	25	0%	72	1%	74	1%
(3) Consumo di combustibile da altre fonti fossili	0	0%	0	0%	0	0%
(4) Consumo di elettricità, calore, vapore e raffreddamento acquistati o ricevuti e da fonti fossili	141	2%	118	2%	63	1%
(5) Consumo totale di energia fossile	**709**	**12%**	**763**	**11%**	**706**	**10%**
(6) Consumo di combustibile da fonti rinnovabili, compresa la biomassa (inclusi i rifiuti industriali e urbani di origine biologica, il biogas, l'idrogeno da fonti rinnovabili, ecc.)	0	0%	0	0%	0	0%
(7) Consumo di elettricità, calore, vapore e raffreddamento acquistati o ricevuti e da fonti rinnovabili	5.269	88%	6.116	89%	6.350	90%
(8) Consumo di energia rinnovabile autoprodotta diversa dai combustibili**	0	0%	0	0%	0	0%
(9) Consumo totale di energia rinnovabile	**5.269**	**88%**	**6.116**	**89%**	**6.350**	**90%**
(5+9) Consumo di energia totale	**5.978**	**100%**	**6.879**	**100%**	**7.056**	**100%**

Nonostante il numero di punti vendita del Gruppo dm sia aumentato del +4,5% tra il 2021 e il 2023, siamo riusciti a ridurre il nostro consumo energetico del 4,9% tra il 2021 e il 2023.

*I dati sull'energia acquistata, ad esempio per il riscaldamento, il teleriscaldamento e l'energia elettrica sono stati stimati, laddove le fatture dei nostri fornitori di energia non erano ancora disponibili.
**Comprende solo l'energia elettrica da fotovoltaico autoprodotta da dm Germania.

Dal 2010 produciamo e utilizziamo l'energia elettrica proveniente dall'impianto fotovoltaico del nostro centro di distribuzione a Weilerswist, Germania.

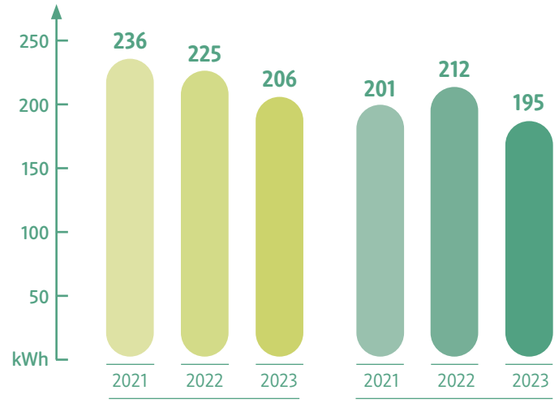
Otteniamo circa il 67% del nostro fabbisogno energetico totale da fonti rinnovabili (84% sottogruppo dm Germania, 44% sottogruppo dm Austria - dati aggiornati alla fine del 2023). La maggior parte è rappresentata da energia elettrica, che acquistiamo direttamente dai relativi fornitori. Quasi tutta l'energia utilizzata nei punti vendita dm in Italia proviene da fonti rinnovabili (98% - dati aggiornati al 2023).

Ulteriore sviluppo della nostra strategia di approvvigionamento energetico: la nostra strategia prevede un aumento dell'approvvigionamento da commercializzazione diretta e l'utilizzo di fonti di energia rinnovabile a livello aziendale

Continuiamo, inoltre, a investire nell'espansione dei nostri impianti fotovoltaici. A settembre 2024 nel Gruppo dm erano in funzione 78 impianti fotovoltaici, la maggior parte dei quali sui tetti dei punti vendita. Nel 2024, i nostri impianti fotovoltaici hanno generato circa 9.500 MWh di energia elettrica. L'energia in eccesso, che non siamo riusciti a utilizzare direttamente, è stata immessa nella rete elettrica europea.

Attualmente dm Italia ha dieci impianti fotovoltaici di proprietà in funzione (dati aggiornati al 2024). Per l'esercizio finanziario 2024/25 è prevista l'installazione di altri impianti fotovoltaici.

Diagramma 3.1: Consumo energetico medio dei punti vendita dm per m² di superficie di vendita in kWh



Il consumo medio di energia del Gruppo dm è diminuito del 12,7% dal 2021 al 2023. Questo dimostra il successo dell'implementazione delle nostre misure di efficienza energetica.

*Il consumo proporzionale delle aree comuni dei centri commerciali (ad esempio l'illuminazione dei parcheggi) è stato preso in considerazione solo per dm Germania. I dati per l'anno 2023 includono stime basate su proiezioni.

Tabella 3.2: Andamento delle nostre emissioni dirette di gas serra (in tonnellate di CO_2 equivalente)

Gruppo dm

	2021		2022			2023		
	assoluto	Quota in %	assoluto	Quota in %	vs 2021	assoluto	Quota in %	vs 2022
Scope 1	**17.751**	**32 %**	**15.691**	**30 %**	**-12 %**	**14.153**	**27 %**	**- 10 %**
Flotta di veicoli (combustione mobile)	3.024	5 %	3.485	7 %	+ 15 %	3.647	7 %	+ 5 %
Riscaldamento (combustione stazionaria)*	14.727	26 %	12.206	23 %	- 17 %	10.506	20 %	- 14 %
Scope 2 (basata sul mercato)	**38.378**	**68 %**	**37.387**	**70 %**	**- 3 %**	**37.896**	**73 %**	**+ 1 %**
Teleriscaldamento*	2.532	5 %	2.594	5 %	+ 2 %	2.673	5 %	+ 3 %
Energia elettrica* (basata sul mercato)**	35.846	64 %	34.793	66 %	- 3 %	35.223	68 %	+ 1 %
Informazioni: energia elettrica* (basata sulla posizione)**	125.784	-	114.620	-	- 9 %	123.081	-	+ 7 %
Somma Scope 1 e 2	**56.129**	**100 %**	**53.079**	**100 %**	**- 5 %**	**52.049**	**100 %**	**- 2 %**
Scope 3 Categoria 03: Emissioni a monte*	**14.036**		**12.423**		**- 11 %**	**11.452**		**-8 %**

Il successo dell'implementazione delle nostre misure per ridurre il nostro consumo energetico e aumentare la quota % di fonti di energia rinnovabili utilizzate, ha un impatto positivo sulle nostre emissioni dirette di gas serra: dal 2021, come Gruppo dm, siamo riusciti a ridurre le nostre emissioni di gas serra da 56.129 tonnellate a 52.049 (2023) tonnellate di CO_2 equivalente (Scope 1 e 2). Le emissioni a monte (Scope 3 - Categoria 03) sono in calo, così come le nostre emissioni (Scope 1 e Scope 2).

L'andamento delle emissioni mobili del Gruppo dm è dovuto all'aumento del numero dei viaggi di lavoro effettuati dopo il periodo della pandemia di Covid-19, nonché all'espansione del parco veicoli dm e al relativo aumento del numero di chilometri percorsi (Scope 1).

La categoria "Energia elettrica" comprende anche il consumo dei nostri punti vendita, che acquistano l'energia elettrica dai locatori. A causa della mancanza di fatture, utilizziamo stime cautelative. Allo stesso tempo, in alcuni paesi in cui dm opera, il fattore di emissione per il mix energetico residuale è peggiorato nel 2023 rispetto all'anno precedente. Di conseguenza, nonostante la riduzione complessiva del consumo energetico, non si sono riscontrati miglioramenti significativi nelle emissioni generate.

Mix energetico residuale: nell'approccio basato sul mercato, il mix energetico residuale viene utilizzato quando non si conosce l'effettivo mix energetico. Questo dato corrisponde al mix energetico del rispettivo paese, al netto delle garanzie di origine vendute.

dm Italia

	2021		2022			2023		
	assoluto	Quota in %	assoluto	Quota in %	vs 2021	assoluto	Quota in %	vs 2022
Scope 1	**144**	**69%**	**160**	**75%**	**+11%**	**160**	**85%**	**-0%**
Flotta di veicoli (combustione mobile)	140	67%	147	69%	+5%	147	78%	-1%
Riscaldamento (combustione stazionaria)*	5	2%	13	6%	+185%	13	7%	+3%
Scope 2 (basata sul mercato)	**65**	**31%**	**54**	**25%**	**-16%**	**29**	**15%**	**-47%**
Teleriscaldamento*	-	0%	-	0%	+0%	-	0%	+0%
Energia elettrica* (basata sul mercato)**	65	31%	54	25%	-16%	29	15%	-47%
Informazioni: energia elettrica* (basata sulla posizione)**	1.548	-	1.657	-	+7%	1.812	-	+9%
Somma Scope 1 e 2	**209**	**100%**	**215**	**100%**	**+3%**	**189**	**100%**	**-12%**
Scope 3 Categoria 03: Emissioni a monte*	**57**	**4%**	**60**	**2%**	**+5%**	**56**	**2%**	**-6%**

*I dati per il calcolo della categoria "Riscaldamento, teleriscaldamento, energia elettrica" nel Scope 1 e 2 sono stati stimati, laddove le fatture dei nostri fornitori di energia non erano ancora disponibili.

**Calcolo basato sul mercato per Scope 2: l'approccio basato sul mercato utilizza il mix energetico effettivamente acquistato dal fornitore di energia elettrica in conformità con gli standard del Protocollo sui gas a effetto serra (Greenhouse Gas Protocol Standards o GHG Protocol). Nell'approccio basato sulla posizione, si utilizza invece il mix energetico specifico del paese.

***Scope 3 - Categoria 03: qui sono state incluse le emissioni a monte poiché derivano dal consumo totale di energia delle categorie Scope 1 e 2. Ulteriori categorie Scope 3 sono riportate nella Tabella 3.3.

Altre categorie di impatto: non vogliamo concentrarci esclusivamente sulle emissioni di gas serra. Abbiamo infatti calcolato anche l'impatto delle attività del Gruppo dm nelle categorie dell'acidificazione e della creazione di smog fotochimico causate dall'uso di fonti energetiche non rinnovabili (Scope 1 e 2). Il nostro crescente utilizzo di fonti energetiche rinnovabili ha contribuito a ridurre l'impatto anche per queste categorie: nel caso dell'acidificazione, abbiamo ridotto il nostro impatto da 397 tonnellate nel 2021 a 376 tonnellate di SO_2 equivalenti nel 2023; nel caso dello smog fotochimico da 16 tonnellate di C_2H_4 equivalenti nel 2021 a 15 tonnellate nel 2023.

Emissioni nelle nostre catene del valore a monte e a valle (Scope 3)

Misurare e analizzare le emissioni di gas serra specifiche nell'assortimento di prodotti: in futuro puntiamo a ridurre le emissioni di gas serra specifiche del nostro assortimento. A tal fine, stiamo calcolando l'ammontare di queste emissioni (Scope 3) nelle categorie 01 (Beni e servizi acquistati), 11 (Uso/utilizzo dei prodotti venduti) e 12 (Smaltimento di fine vita dei prodotti). Valutiamo gli impatti in modo approfondito per ogni assortimento, in modo da poter ricavare il potenziale di riduzione specifico per ciascuna di esse.

Intendiamo, in futuro, monitorare le emissioni di gas serra (GHG) associate al nostro intero assortimento.

Siamo già riusciti a calcolare le emissioni di gas serra di tutti gli imballaggi logistici per il nostro assortimento e quelle degli imballaggi dei prodotti a marchio dm. Nel 2023, le emissioni di gas serra degli imballaggi logistici ammontavano a 6.334 tonnellate di CO_2 equivalente (2022: 5.993 tonnellate di CO_2 equivalente). In particolare, gli imballaggi dei prodotti a marchio dm hanno avuto un impatto significativo, pari a 137.749 tonnellate di CO_2 equivalente (2022: 121.332) in tutto il Gruppo dm. Questo aumento delle emissioni di gas serra è dovuto principalmente all'aumento del volume delle vendite dei prodotti a marchio dm. Nel settore degli imballaggi in plastica, l'uso di materiali riciclati contribuisce a mitigare positivamente questo aumento (vedere sottocapitolo "Conservazione delle risorse ed economia circolare").

Siamo molto attenti all'impatto ambientale dei nostri prodotti a marchio dm. Per questo motivo, nel 2021 abbiamo commissionato una valutazione del ciclo di vita che copre cinque categorie di impatto per la nostra linea di prodotti Pro Climate e abbiamo ridotto il più possibile la sua impronta ambientale. Dal 2021 offriamo anche prodotti a marchio dm il cui packaging o i cui ingredienti sono prodotti utilizzando CO_2 riciclata, come ad esempio il detersivo per piatti Ultra Nature Denkmit. Inoltre, ci impegniamo per avere una visione globale dell'impatto ambientale di tutti i prodotti a marchio dm con l'obiettivo di ridurlo costantemente (vedere sottocapitoli "Conservazione delle risorse ed economia circolare" e "Biodiversità"). Per quanto riguarda il nostro assortimento, ci impegniamo a offrire ai clienti alternative più sostenibili in ogni categoria, a promuovere acquisti consapevoli e a concordare e monitorare gli obiettivi di sostenibilità dei nostri prodotti insieme a tutti i nostri partner (vedere sottocapitolo "Sviluppo responsabile dell'assortimento di prodotti").

Il nostro percorso di distribuzione

Insieme ai nostri partner, ottimizziamo continuamente i percorsi di trasporto, sia quelli dei prodotti dai centri di distribuzione e smistamento agli store dm, sia quelli dei materiali riciclabili dai punti vendita ai centri di riciclo.

Sviluppare una logistica dei trasporti a basse emissioni

Nell'ambito del trasporto di ritiro dei prodotti, dal 2019, per alcune spedizioni del Gruppo dm, utilizziamo il trasporto combinato. Ciò significa che questi prodotti vengono trasportati su rotaia per gran parte del viaggio. In dm Germania, circa l'80% di queste spedizioni è stata spostata dal trasporto su strada a quello su rotaia. Inoltre, al trasporto combinato si applica un limite di peso più elevato, il che significa che è possibile caricare 4 tonnellate in più sull'autocarro e ridurre il numero di mezzi coinvolti. Poiché non disponiamo di nostri autocarri per rifornire i punti vendita, siamo in costante dialogo con partner logistici per garantire che le consegne avvengano con il minor impatto ambientale possibile, ad esempio attraverso l'uso di tecnologie di propulsione alternative.

La logistica inversa rappresenta un ulteriore passaggio nel processo della catena del valore e viene utilizzata in modo ottimale nel gruppo dm per i resi (ad esempio, per ritirare materiali riciclabili durante il processo di ricezione dei resi).

Riduciamo le nostre emissioni, ad esempio, attraverso l'uso di tecnologie di propulsione alternative.

La consegna express dei prodotti avviene in modo rapido e sostenibile, ad esempio tramite biciclette cargo.

Durante l'esercizio finanziario 2023/24, abbiamo per la prima volta armonizzato il metodo di raccolta dei dati per i nostri reparti di trasporto all'interno del Gruppo dm. Durante questo periodo, il trasporto di merci tra i centri di distribuzione, i punti di smistamento e i punti vendita ha generato 31.703 tonnellate di CO_2 equivalente in Germania e 3.005 tonnellate di CO_2 equivalente in Austria. La logistica inversa ha un impatto inferiore in dm Germania e dm Austria, rispettivamente con 429 tonnellate di CO_2 equivalente e 48 tonnellate di CO_2 equivalente. Nella prima fase di questa raccolta dati, ci siamo concentrati sui paesi che contribuiscono in misura maggiore ai nostri trasporti su pallet (circa il 75%). Gli altri paesi, in cui dm opera, incidono per meno del 5% del volume totale e le loro emissioni saranno rilevate nei prossimi mesi. Attualmente stiamo lavorando a una valutazione completa delle emissioni di trasporto derivanti dall'approvvigionamento per il Gruppo dm.

Spedizione dei nostri prodotti dai punti vendita online dm: in otto grandi città del Gruppo dm, per le consegne express vengono utilizzate cargo bike o veicoli elettrici. In questo modo, possiamo offrire un'alternativa ecologica per consegnare i prodotti direttamente a casa.

Ridurre l'impronta ecologica delle nostre attività edilizie

Nell'esercizio 2024/25, inizieremo a registrare sistematicamente l'impatto ambientale delle nostre attività edilizie nel sottogruppo dm Austria. L'obiettivo è quello di ridurlo gradualmente, contenendo così anche la nostra impronta ecologica. Nei nostri nuovi punti vendita dm di Aidlingen e Neuried, in Germania, stiamo già testando opzioni alternative che in futuro verranno estese a tutto il Gruppo dm.

Siamo sempre alla ricerca di alternative per ridurre il nostro impatto ambientale.

Stiamo inoltre conducendo analisi quantitative in merito all'allestimento dei nostri punti vendita per calcolare le emissioni di gas serra dei materiali utilizzati e individuare il potenziale di ottimizzazione. Nel nuovo layout degli store, stiamo puntando sempre più su materiali riciclabili e riciclati, come i divisori dei prodotti realizzati con polistirene riciclato all'80%, che vengono utilizzati in tutti i nostri punti vendita dm in Germania dalla fine del 2023. Questo ci permette di ridurre le emissioni di gas serra e di promuovere l'economia circolare. Il nostro obiettivo è implementare gradualmente le conoscenze acquisite in Germania in tutto il Gruppo dm.

I separatori di prodotti a scaffale sono composti per l'80% da polistirene riciclato.

Tabella 3.3: Andamento delle nostre emissioni indirette di gas serra già misurate (in tonnellate di CO_2 equivalente)

Gruppo dm

	2021		2022			2023		
	assoluto	Quota in %	assoluto	Quota in %	vs 2021	assoluto	Quota in %	vs 2022
Scope 3*	**207.956**	**100 %**	**232.782**	**100 %**	**+ 12 %**	**266.636**	**100 %**	**+ 15 %**
Categoria 01: beni e servizi acquistati	130.232	63 %	140.392	60 %	+ 8 %	161.749	61 %	+ 15 %
Categoria 02: beni strumentali	-	0 %	-	0 %	-	7.216	3 %	-
Categoria 04: trasporto e distribuzione a monte	12.500	6 %	16.026	7 %	+ 28 %	16.359	6 %	+ 2 %
Categoria 05: rifiuti prodotti nelle operazioni	3.898	2 %	5.077	2 %	+ 30 %	5.379	2 %	+ 6 %
Categoria 06: viaggi d'affari	1.177	1 %	2.772	1 %	+ 136 %	3.507	1 %	+ 27 %
Categoria 07: viaggi casa-ufficio del personale	55.259	27 %	62.876	27 %	+ 14 %	66.002	25 %	+ 5 %
Categoria 12: smaltimento di fine vita dei prodotti venduti	4.889	2 %	5.640	2 %	+ 15 %	6.425	2 %	+ 14 %

dm Italia

	2021		2022			2023		
	assoluto	Quota in %	assoluto	Quota in %	vs 2021	assoluto	Quota in %	vs 2022
Scope 3*	**329**	**100%**	**826**	**100%**	**+151%**	**709**	**100%**	**-14%**
Categoria 01: beni e servizi acquistati	18	6%	524	63%	+2781%	438	62%	-16%
Categoria 02: beni strumentali	-	0%	-	0%	+0%	-	0%	+0%
Categoria 04: trasporto e distribuzione a monte	-	0%	-	0%	+0%	-	0%	+0%
Categoria 05: rifiuti prodotti nelle operazioni	1	0%	4	1%	+664%	4	1%	-14%
Categoria 06: viaggi d'affari	-	0%	2	0%	+0%	3	0%	+115%
Categoria 07: viaggi casa-ufficio del personale	126	38%	110	13%	-13%	112	16%	+2%
Categoria 12: smaltimento di fine vita dei prodotti venduti	-	0%	21	3%	+0%	18	3%	-13%

Stato attuale delle nostre rilevazioni Scope 3.
*Per la Categoria 03: Emissioni a monte, vedere Tabella 3.2.

La maggior parte delle emissioni di gas a effetto serra finora misurate nella categoria 01 proviene dagli imballaggi dei prodotti a marchio dm.

La categoria 01 “Beni e servizi acquistati” comprende principalmente gli imballaggi dei prodotti a marchio dm (in media l’85%), gli imballaggi logistici dell’intero assortimento (in media circa il 4%) nonché l’hardware IT e l’infrastruttura Cloud che utilizziamo (in media circa il 3%).

A partire dal 2023, la categoria 02 “Beni strumentali” comprende la prima valutazione dell’impatto ambientale, ad esempio, delle casse e degli scaffali acquistati nei punti vendita dm in Germania. In futuro, questa valutazione sarà estesa all’intero Gruppo dm.

Per la categoria 04 abbiamo analizzato i percorsi effettuati dai nostri partner che si occupano delle spedizioni online, e le operazioni dei nostri partner logistici esterni. La maggior parte delle emissioni è stata generata dalle spedizioni online (circa l’80%).

Una precisa analisi delle nostre emissioni ci consente di sviluppare misure mirate per la riduzione.

La categoria 05 “Rifiuti prodotti nelle operazioni” contiene i materiali riciclabili smaltiti da dm, di cui il 57% in media è costituito da carta.

La categoria 06 “Viaggi d’affari” comprende le emissioni derivanti dai viaggi d’affari effettuati con auto private o a noleggio, nonché le emissioni derivanti da viaggi aerei. Solo il 5% circa delle emissioni è stato causato dai viaggi aerei, il 95% da auto a noleggio e auto private. In dm Italia, abbiamo percorso circa 3.200 km in aereo, 146.800 km in auto private e 1.050.600 km in auto a noleggio su un totale di 1.200.600 km percorsi nel 2023.

La categoria 07 “Viaggi casa-ufficio del personale” comprende gli spostamenti effettivi dei nostri collaboratori verso i punti vendita dm, i centri di distribuzione e le sedi del dialogicum dm. Il fattore di emissione per tutti i paesi si basa sulla ripartizione modale in Germania, che comprende la distribuzione media dei mezzi di trasporto per recarsi al lavoro.

il 57%

delle emissioni di gas a effetto serra dei nostri materiali di valore smaltiti proviene dalla carta.

La categoria 12 “Smaltimento di fine vita” contiene in media l’86% degli imballaggi dei prodotti a marchio dm smaltiti dai nostri clienti.

Cartone e carta vengono pressati nei nostri negozi dm e successivamente avviati al riciclaggio.

Esempi di iniziative e progetti

PPA dm Germania

Come primo grande progetto per l'implementazione dell'approvvigionamento energetico tramite contratti PPA, dm Germania, in collaborazione con il fornitore di servizi energetici EHA, acquisirà energia dal più grande parco eolico offshore della Germania, il "Borkum Riffgrund 3". L'impianto entrerà in funzione alla fine del 2025 e fornirà a dm circa 28.000 MW di energia all'anno, pari al consumo energetico di circa 300 punti vendita. Oltre a dm, tra i clienti figurano altre importanti aziende come Amazon, REWE Group, Google, BASF e Covestro.

Impianti di agricoltura fotovoltaica, come qui a Gaweinstal in Austria, consentono l'uso doppio per la produzione di energia elettrica e l'agricoltura.

Stiamo testando tecnologie di propulsione sostenibili (HVO, camion elettrici).

dm Austria si unisce al progetto agrivoltaico come compratore all'ingrosso

Nel comune di Gaweinstal, nella Bassa Austria, è in fase di costruzione un impianto agrivoltaico su un'area di circa sette ettari. Questo potrà essere utilizzato sia per la produzione di energia elettrica sia per l'agricoltura, poiché l'area non è impermeabilizzata. Questo progetto specifico consente all'agricoltore di coltivare foraggio grezzo per il suo bestiame, che in precedenza doveva essere acquistato nella regione del Waldviertel. Oltre alla produzione di energia sostenibile e all'uso locale per l'agricoltura, consente anche un risparmio sui trasporti.
L'impianto fotovoltaico, con una capacità installata di circa 5 MW di picco, è dotato di un cosiddetto inseguitore solare, una tecnologia che consente ai moduli fotovoltaici di seguire il percorso del sole e quindi di produrre energia solare in modo più efficiente.
Il contratto basato sul principio del PPA tra il produttore e dm Austria ha una durata di 15 anni. Ogni anno verranno forniti circa 6 GW di energia elettrica, vale a dire il 16,5% dell'attuale fabbisogno elettrico di dm Austria.

Potenza: 4,939 MW

Numero di moduli: circa 8.200

Energia generata: 6.200 MW (il fabbisogno di circa 70 punti vendita dm)

Risparmio di CO_2 equivalente: circa 3.200 tonnellate all'anno, equivalente alle emissioni di CO_2 di circa 1.300 autovetture all'anno

Messa in servizio programmata: febbraio 2025

Insieme ai nostri partner, testiamo in ambito logistico sistemi di propulsione a basse emissioni con HVO (Hydrotreated Vegetable Oil) e camion elettrici.

Riutilizzare la CO_2 per gli imballaggi

Siamo una delle prime aziende ad aver avviato collaborazioni con partner per riciclare il gas serra CO_2 e riutilizzarlo come materia prima, ad esempio per le plastiche da imballaggio. La CO_2 viene prodotta in grandi quantità durante i processi industriali come la produzione di acciaio o cemento. La nostra azienda partner LanzaTech ha sviluppato una tecnologia biochimica per produrre etanolo da questa CO_2, che può essere utilizzato direttamente per realizzare alcuni prodotti o come materia prima sostenibile per gli imballaggi in plastica. Il riciclo della CO_2 ci consente di ridurre le emissioni poiché il gas non viene rilasciato nell'atmosfera.

Il packaging del detersivo per piatti Denkmit Ultra Sensitive contiene il 30% di plastica riciclata da CO_2 (esclusi tappo ed etichetta).

Al lavoro in bicicletta: una scelta sana per la salute e l'ambiente.

Sfida

dm Repubblica Ceca partecipa da diversi anni all'iniziativa "Mit dem Fahrrad zur Arbeit" (Al lavoro in bicicletta), che organizza campagne durante tutto l'anno. L'obiettivo è sensibilizzare sull'importanza di infrastrutture sicure per ciclisti e pedoni, nonché dimostrare che andare al lavoro senza ricorrere a mezzi a motore è vantaggioso sia per l'ambiente che per il benessere fisico e mentale. Uno degli eventi principali è la challenge di maggio, che dura un mese. Nel 2024, hanno partecipato a questa sfida 25.355 persone provenienti da 55 città e 1.794 organizzazioni. In totale, i partecipanti hanno percorso 5,3 milioni di chilometri in bici, risparmiando 690 tonnellate di CO_2 equivalente, una quantità di CO_2 corrispondente a quella che riuscirebbero ad assorbire 690 alberi in 100 anni.

25.355

i partecipanti della sfida in bicicletta.

Conservazione delle risorse ed economia circolare

Il crescente sfruttamento delle materie prime sta intensificando i problemi ambientali, come il cambiamento climatico e la perdita della biodiversità, in particolare nelle aree vulnerabili. Una possibile risposta risiede nell'economia circolare, che prevede che i materiali e i prodotti vengano utilizzati il più a lungo possibile e poi reinseriti nel ciclo dei materiali.

Dalla teoria alla pratica

Impatto, rischi e opportunità

L'impatto del Gruppo dm riguarda, in particolare, le catene del valore a monte e a valle. In qualità di rivenditori e fornitori di prodotti parafarmaceutici, cosmetici e per la casa, abbiamo bisogno di un'ampia gamma di materie prime per la produzione e l'imballaggio dei prodotti a marchio dm e per la loro distribuzione nei nostri store. Per questi prodotti, infatti, continuano ad essere utilizzate ancora molte materie prime. La loro coltivazione ed estrazione ha un impatto sull'ambiente e sulla loro disponibilità a lungo termine, soprattutto nel caso di materie prime non rinnovabili.

Un rischio centrale per noi è rappresentato da possibili strozzature nella fornitura di materie prime, sia a causa di fattori geopolitici o catastrofi naturali che possono causare instabilità economica, sia a causa di un aumento della domanda di mercato. Questo influisce direttamente sulla nostra attività e può portare a interruzioni nella fornitura o all'aumento dei prezzi delle materie prime. Tutti questi fattori possono avere un impatto molto negativo sulla nostra capacità di fornitura e proprio per questa ragione desideriamo ridurre la nostra dipendenza dalle materie prime.

La transizione verso sistemi efficienti e circolari a risparmio di risorse, che possono ridurre i costi nel medio-lungo periodo, presenta numerose opportunità per noi come azienda, tra cui l'introduzione di sistemi riutilizzabili, in particolare nel settore della logistica, o l'uso di materiali riciclati. Questo a sua volta aumenta la resilienza all'interno delle nostre catene del valore e riduce la nostra dipendenza da risorse naturali limitate.

Il nostro approccio: strategia, obiettivi e misure

Riduciamo al minimo la nostra impronta ecologica in tutti i processi chiave attraverso l'uso consapevole dei materiali e una gestione efficiente di quelli riciclabili, impegnandoci a creare un sistema di economia circolare. Attualmente ci stiamo concentrando sulle materie prime necessarie per i prodotti a marchio dm, sul loro imballaggio e distribuzione nei nostri punti vendita. Per queste referenze, infatti, abbiamo un'influenza diretta sul concept di prodotto, sulla quantità e sulla scelta di materiale, sull'uso di materiali riciclati e sulla circolarità. Quando sviluppiamo il nostro assortimento, abbiamo l'obiettivo di offrire ai nostri clienti prodotti e imballaggi più efficienti dal punto di vista della conservazione delle risorse.

Inoltre, collaboriamo con tutti i partner rilevanti nel settore dell'economia circolare, dalle aziende di imbottigliamento dei prodotti a quelle di riciclo, per sviluppare strategie specifiche. Questo ci aiuta a ridurre il volume dei rifiuti e a sensibilizzare i clienti sull'importanza dell'economia circolare.

Il nostro approccio strategico "no waste" (rifiuti zero) comprende i seguenti aspetti e obiettivi generali, che ci permettono di assumerci la nostra responsabilità ambientale e, allo stesso tempo, di migliorare l'efficienza dei nostri processi.

Riduzione dell'uso di materiali: l'obiettivo è ridurre al minimo il consumo di risorse e materie prime, promuovendo l'uso sostenibile dei materiali e limitando così l'impronta ecologica.

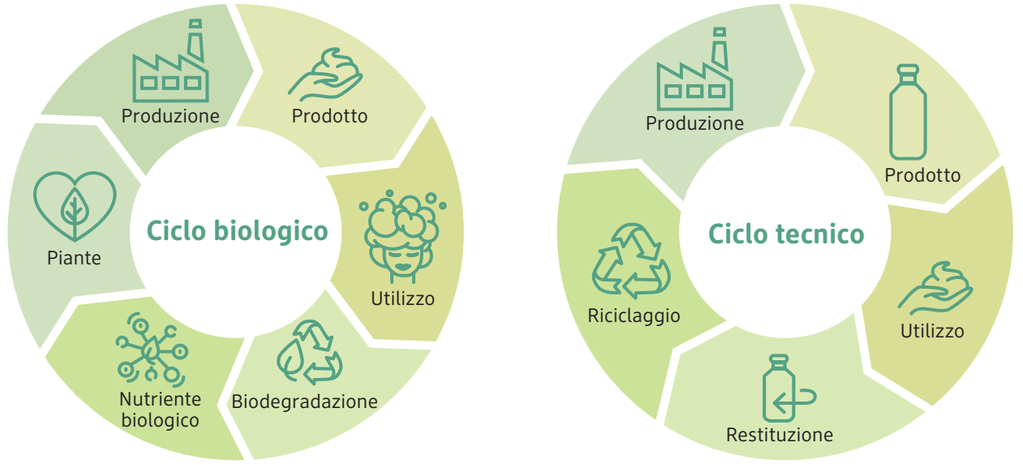
Scelta di materiali sostenibili: prendiamo sempre in considerazione opzioni ecologiche ed efficienti dal punto di vista della conservazione delle risorse, in particolare nella scelta dei materiali e degli imballaggi dei prodotti.

Promozione dell'economia circolare: applicando il principio "Cradle-to-Cradle", puntiamo a creare cicli chiusi di materiali, per sviluppare prodotti e imballaggi in che, dopo l'uso, possano essere reimmessi nel ciclo biologico o tecnico.

Riduzione dei rifiuti: puntiamo a contenere al minimo i rifiuti in tutti i processi.

Sensibilizzazione: rendiamo consapevoli i nostri collaboratori, partner e clienti su pratiche più sostenibili e sull'importanza della conservazione delle risorse e dell'economia circolare (vedere sottocapitolo "Sviluppo responsabile dell'assortimento di prodotti").

Il principio "Cradle-to-Cradle"



Il principio "Cradle-to-Cradle" è un approccio alla progettazione sostenibile che consiste nel creare prodotti in modo che possano essere completamente riciclati o biodegradati dopo l'uso senza generare rifiuti. In questo modo, i cicli dei materiali vengono chiusi e l'impatto ambientale viene ridotto al minimo.

Riduzione dell'uso di materiali

Obiettivo	Misure
Per le marche dm desideriamo utilizzare solo la quantità di materiale necessaria a proteggere il prodotto.	Test continui degli imballaggi dei nostri prodotti per individuare potenziali risparmi.
Testiamo continuamente approcci innovativi, come i distributori di ricarica dei prodotti, per ridurre al minimo il consumo di risorse.	Ulteriore sviluppo dei nostri ditributori di ricarica esistenti e sperimentazione degli stessi per nuovi assortimenti in diversi paesi in cui dm opera.
Consentiamo ai nostri clienti di consumare in modo più sostenibile offrendo prodotti efficienti che rispettano l'ambiente e preservano le risorse.	Test continui sulle opzioni di posizionamento dei prodotti, sui prodotti riutilizzabili, sulle ricariche, sui prodotti solidi (ad esempio, shampoo per capelli solido anziché liquido) e sui concentrati.
In linea generale, vogliamo utilizzare solo la quantità di materiale di imballaggio per il trasporto strettamente necessaria a proteggere il prodotto durante i processi logistici.	Analisi continua del potenziale di risparmio dal 2019 attraverso il monitoraggio del flusso di materiali nel settore della logistica. Creazione di un processo separato per esaminare continuamente l'utilizzo dei pallet, al fine di continuare a cercare opportunità di risparmio sugli imballaggi anche dopo il lancio sul mercato di un prodotto.
Valutiamo costantemente soluzioni riutilizzabili in tutti i nostri processi.	Sviluppo continuo per l'implementazione di SMART-Box GS1 (Global Standards One). Introduzione progressiva di un display riutilizzabile in tutti i punti vendita dm a partire dal 2024.
Entro il 2025, il rapporto tra quantità di plastica utilizzata e vendite per le marche dm dovrà raggiungere l'obiettivo di riduzione del 45% rispetto al 2018.	Riduzione e sostituzione della plastica negli imballaggi laddove possibile e sensato dal punto di vista ambientale. Riesame continuo del potenziale di riduzione della plastica per i marchi dm, ad esempio tramite l'eliminazione dei componenti dell'imballaggio o la loro sostituzione con cartone, ove ragionevole.

Scelta di materiali sostenibili

Obiettivo	Misure
Selezioniamo il materiale di imballaggio più sostenibile per ogni prodotto a marchio dm.	Valutazione di vantaggi e svantaggi dei diversi materiali di imballaggio per ogni prodotto e comunicazione chiara agli stakeholder del motivo per cui è stato scelto un certo materiale.

Promozione dell'economia circolare …grazie all'uso di materiali riciclabili

Obiettivo	Misure
Laddove possibile, utilizziamo materiale riciclato per gli imballaggi dei prodotti a marchio dm. Entro il 2025 gli imballaggi in plastica dei nostri prodotti non alimentari dovranno essere costituiti per almeno il 50% da materiale riciclato post-consumo (Post Consumer Recycled, PCR).	Test continui sugli imballaggi per verificare la possibilità di aumentare la percentuale di materiale riciclato.
Utilizziamo materie prime secondarie per i nostri prodotti, oltre che per i nostri imballaggi.	Test continui sui prodotti a marchio dm per verificare la possibilità di aumentare la percentuale di materiale riciclato. Monitoraggio del contenuto di materie prime riciclate nei nostri prodotti, da No Planet B al riciclaggio della CO_2. Approvvigionamento di materie prime da scarti industriali.

Promozione dell'economia circolare …grazie alla riciclabilità

Obiettivo	Misure
Per i nostri prodotti a marchio dm puntiamo su imballaggi riciclabili per recuperare materie prime preziose. Il nostro obiettivo è rendere riciclabile almeno il 90% degli imballaggi entro il 2025.	Sviluppo e monitoraggio continui della riciclabilità degli imballaggi dei prodotti a marchio dm.
Vogliamo chiudere i cicli anche per quanto riguarda i tessuti.	Implementazione di un progetto pilota per la raccolta dei tessuti in dm Germania. Riciclo dell'abbigliamento da lavoro dei collaboratori che viene trasformato in sacchetti di carta viola in dm Germania.
Il nostro obiettivo è ridurre la percentuale di materiali non riciclabili di imballaggio per il trasporto.	Riduzione continua della quantità di contenuto non riciclabile attraverso varie misure di controllo. Per quanto riguarda gli imballaggi logistici (film estensibile, pellicola termoretraibile e film per avvolgimento di pallet), si applica la normativa sugli imballaggi per il trasporto. Formazione dei nostri collaboratori su come separare i materiali.

Promozione dell’economia circolare …attraverso partnership e iniziative	
Obiettivo	**Misure**
Promuoviamo un’economia circolare efficiente con tutti i partner rilevanti nel settore dell’economia circolare, dalle aziende di imbottigliamento, i produttori e i fabbricanti delle aziende che si occupano di riciclo.	Sviluppo di strategie per la promozione dell’economia circolare nell’ambito del “Forum Rezyklat” e di altre iniziative e sensibilizzazione dei nostri clienti sull’importanza dell’economia circolare. Promozione della digitalizzazione nell’esercizio finanziario 2024/25 attraverso il “Forum Rezyklat” e con i partner, tra cui GS1.

Riduzione dei rifiuti	
Obiettivo	**Misure**
Il nostro obiettivo è evitare lo spreco di risorse.	Revisione giornaliera dei nostri ordini in termini di quantità ed eventuale loro adeguamento. Processi di inserimento a listino e ordini basati sulle esigenze dei nostri clienti.
In linea generale, cerchiamo di evitare le eccedenze. Se tuttavia dovessero verificarsi, ci impegniamo attivamente a distribuirle in modo sensato attraverso progetti mirati, come ad esempio le donazioni.	Implementazione di progetti di cooperazione in caso di surplus.
Il nostro obiettivo è formulare costantemente i prodotti a marchio dm in modo che abbiano un tempo di conservazione adeguato per i clienti, al fine di massimizzarne l’utilizzo e ridurre al minimo gli sprechi.	Test sulla durata di vita di tutti i prodotti, da quelli alimentari a quelli di cura corpo, e sviluppo degli imballaggi sulla base di tale test.

Sensibilizzazione	
Obiettivo	**Misure**
Vogliamo sensibilizzare ulteriormente i nostri collaboratori, partner e clienti a pratiche più sostenibili e all’importanza della conservazione delle risorse e dell’economia circolare.	Miglioramento della comunicazione grazie a una nuova etichettatura multilingue e specifica per paese. Imballaggi con una percentuale di materiale riciclato superiore al 70% in evidenza nello shop online dm.

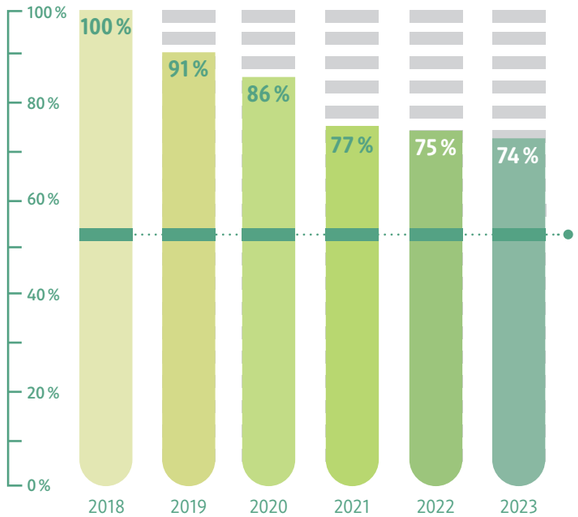
Riduzione dei materiali

Controlliamo continuamente gli imballaggi dei prodotti a marchio dm per individuare potenziali risparmi per quanto riguarda la quantità di materiale utilizzato. Un tale risparmio è possibile, ad esempio, riducendo lo spessore delle confezioni o le dimensioni dei tappi. Rispetto al 2018 e in relazione al fatturato del 2023, siamo riusciti a ridurre la quantità di materiale utilizzato per gli imballaggi in plastica di quasi il 30%.

Utilizziamo inoltre dimensioni dei tappi più contenute, che, oltre a ridurre la quantità di materiale utilizzato per l’imballaggio del prodotto stesso, comportano volumi di trasporto minori nelle catene del valore a monte.

Un altro passo importante è l’adattamento dei tappi nei prodotti ecologici, come le creme solari. Poiché questi tappi presentano un elevato rischio di dispersione nell’ambiente, abbiamo introdotto un tappo che non prevede componenti separabili manualmente. Questa innovazione ha ridotto il rischio di dispersione nell’ambiente, oltre alla quantità di materiale utilizzata.

Diagramma 3.2: Percentuale di plastica all’interno del packaging dei prodotti a marchio dm



Stiamo riducendo sempre più l’uso della plastica e di altri materiali di imballaggio nelle marche dm. A titolo esemplificativo, si vedano i prodotti elencati a destra per dm Germania.

Risparmio: 90 tonnellate di plastica nel 2022

attraverso la riduzione dello spessore dei packaging dei prodotti alverde NATURKOSMETIK.

Risparmio: 61 tonnellate di cartone nel 2020

passaggio dalla scatola pieghevole con pellicola alla pellicola stampata per tortellini e tortelloni.

I detersivi per il bucato e la lavastoviglie possono essere comodamente ricaricati presso i nostri appositi distributori nei negozi dm.

Opzioni di ricarica
Abbiamo installato le stazioni di ricarica in circa il 7% dei nostri punti vendita dm di tutto il Gruppo, dando ai clienti l'opportunità di acquistare questi prodotti risparmiando sulle confezioni. dm Austria vanta la percentuale più alta di distributori di ricarica disponibili per i clienti, presenti nel 33% dei punti vendita dm. Il primo distributore di ricarica è entrato in funzione nell'autunno 2018. Nel sottogruppo dm Austria, i distributori di detersivi alla spina contengono detersivi per bucato e stoviglie. Riutilizzando i contenitori vuoti, è possibile risparmiare fino al 70% di rifiuti di plastica per ogni ricarica. Questo progetto si sta diffondendo in altri paesi in cui opera dm: in Croazia, ad esempio, finora sono stati implementatii distributori in 12 punti vendita dm.

Dopo i test condotti sull'assortimento di detersivi per il bucato e la pulizia e sui cosmetici, da maggio 2024 dm Germania sta testando le stazioni di ricarica per i prodotti alimentari. In totale, nell'esercizio finanziario 2023/24 abbiamo risparmiato più di 7 tonnellate di packaging in plastica.

I prodotti in formato ricaricabile, sotto forma di concentrati o solidi, consentono ai nostri clienti di acquistare prodotti con meno imballaggi. La domanda di questi prodotti varia notevolmente a seconda della categoria. Le vendite delle ricariche per saponi liquidi a marchio dm sono in costante aumento e rappresentano in media oltre il 50% del volume di vendita di questa tipologia di prodotto in tutti i paesi, mentre le vendite delle ricariche per i detergenti per vetri a marchio dm rimangono intorno al 20%. dm si sta concentrando sempre di più sulla comunicazione e sullo sviluppo dei prodotti per evidenziare meglio i vantaggi di queste soluzioni. L'obiettivo è quello di combinare la sostenibilità con prestazioni di pulizia di qualità.

Soluzioni riutilizzabili: consideriamo i prodotti riutilizzabili come un altro metodo per preservare le risorse. Per questo motivo cerchiamo costantemente di ampliare la nostra proposta e di offrire prodotti di tutte le categorie, quando possibile, come ad esempio patch occhi, biancheria mestruale e borse, tutto riutilizzabile.

Per proteggere i prodotti durante i trasporti utilizziamo principalmente materie prime a base di fibre: circa il 90% dei materiali utilizzati per il trasporto è costituito da carta, cartone o cartoncino, il resto è plastica. Un modo per risparmiare le risorse utilizzate è passare a sistemi riutilizzabili. Da settembre 2021, siamo tra i primi partner a partecipare al progetto di utilizzo della SMART-Box GS1 nella logistica dei trasporti per rendere più efficiente l'approvvigionamento dei prodotti all'interno di dm Germania. Stiamo inoltre collaborando con i nostri partner per promuovere l'implementazione presso altri rivenditori e produttori.

Gli espositori pubblicitari sono uno strumento comune per promuovere le vendite a scaffale negli store dm e da decenni sono generalmente realizzati in cartone monouso. Nel 2023, insieme all'azienda CHEP, abbiamo lanciato sul mercato un espositore riutilizzabile. Rispetto ai tradizionali espositori in cartone, questo consente di ridurre gli imballaggi monouso di oltre il 50%.

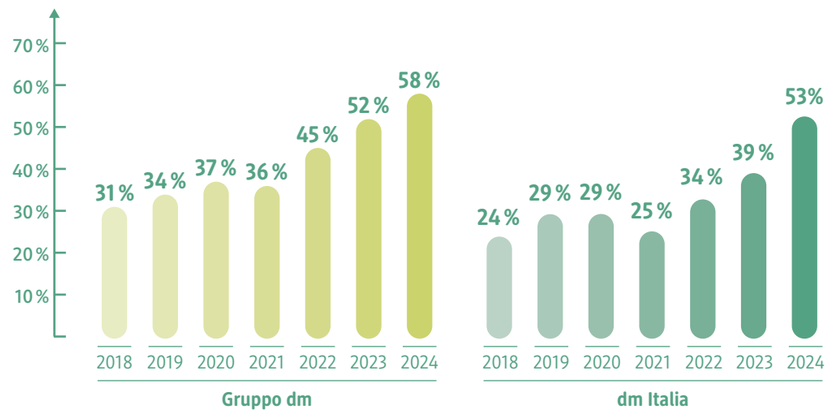
Conversione ed espansione dei nostri store dm: la quantità di materie prime necessarie per le attività di costruzione o ristrutturazione dei nostri punti vendita è trascurabile rispetto a quella richiesta per la realizzazione dei prodotti a marchio dm. Tuttavia, per noi è fondamentale avere una visione globale della sostenibilità e implementarla in tutti i processi, quindi ci siamo prefissati obiettivi di economia circolare anche in questi settori. Pertanto, insieme ai nostri partner, continuiamo a sviluppare progetti di espansione e ristrutturazione dei nostri store dm più sostenibili.

Chiudere i cicli per favorire l'economia circolare

Utilizzare il giusto materiale di imballaggio: ogni materiale di imballaggio presenta vantaggi e svantaggi. Per questo motivo valutiamo attentamente cosa utilizzare per imballare ogni prodotto a marchio dm. Il cartone e la plastica sono i due materiali di imballaggio più utilizzati.

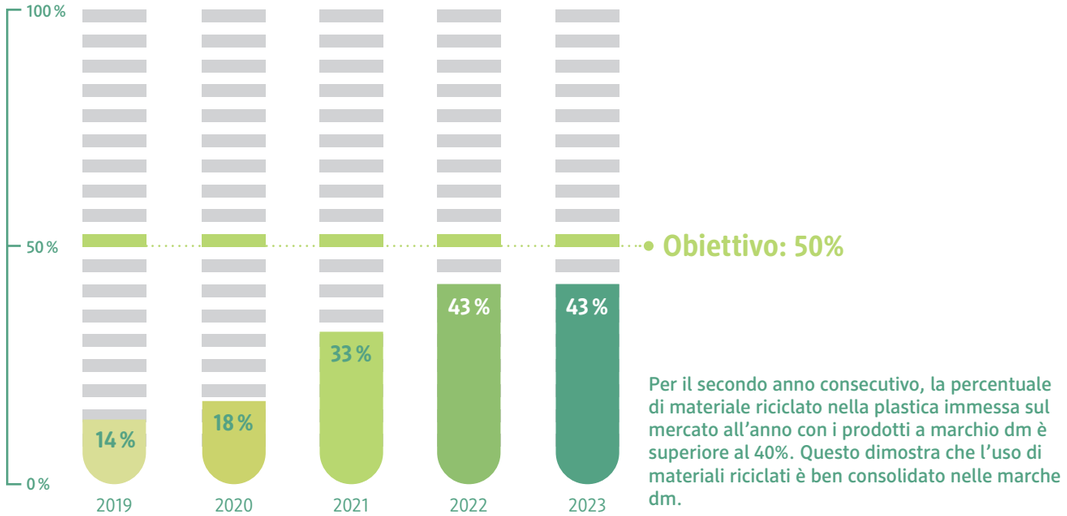
L'uso di materiali riciclati negli imballaggi è un elemento centrale della nostra strategia di sostenibilità. Utilizziamo materiali riciclati post-consumo (Post Consumer Recycled, PCR), ossia materiali che vengono riciclati dopo l'uso da parte dei consumatori finali e reimmessi nel ciclo dei materiali. Alla fine del 2023, il 43% della plastica contenuta negli imballaggi dei prodotti a marchio dm in Germania era infatti costituito da materiale riciclato.

Diagramma 3.3: Percentuale di prodotti in formato ricarica a marchio dm vendute nella categoria saponi liquidi



Aumento progressivo delle vendite di buste ricaricabili di sapone liquido dei marchi dm nel Gruppo dm (dati di dm Macedonia del Nord esclusi dal conteggio).

Diagramma 3.4: Sostituiamo costantemente le materie prime con materie prime riciclate



Per il secondo anno consecutivo, la percentuale di materiale riciclato nella plastica immessa sul mercato all'anno con i prodotti a marchio dm è superiore al 40%. Questo dimostra che l'uso di materiali riciclati è ben consolidato nelle marche dm.

Oltre al packaging dei prodotti, valutiamo costantemente l'uso di materiali riciclati e la possibilità di utilizzare materie prime provenienti da flussi laterali industriali. Questi, ad esempio, vengono utilizzati in prodotti come la carta igienica, realizzata con cellulosa di paglia, l'olio corpo di mandorle di alverde, ottenuto dall'olio spremuto durante la produzione di farina di mandorle dmBio o i prodotti per la cura del nostro marchio di collaborazione No Planet B, i cui preziosi ingredienti provengono dall'upcycling di materiali di produzione alimentare.

Riciclabilità: indipendentemente dal materiale utilizzato, continuiamo a migliorare la riciclabilità dei nostri packaging, e non ci concentriamo esclusivamente sulla plastica. La maggior parte dei packaging in plastica, come bottiglie, tubetti o barattoli, ha una riciclabilità superiore al 90% secondo lo standard minimo tedesco del Zentralen Stelle Verpackungsregister (ZSVR, Registro Centrale degli Imballaggi - versione 2023). Alcuni packaging in pellicola sono ancora composti da diversi strati di plastica, ma stiamo gradualmente convertendo questi prodotti in imballaggi monocomponente.

Anche i materiali di imballaggio per il trasporto devono essere riciclabili nei processi logistici. Nel nostro regolamento sugli imballaggi per il trasporto, abbiamo specificato i materiali che i nostri partner industriali e di produzione possono utilizzare per consegnarci i prodotti. Solo in questo modo possiamo garantire che possano essere riciclati nel miglior modo possibile attraverso i sistemi di raccolta dei punti vendita dm. Abbiamo introdotto diverse misure per ridurre ulteriormente la quantità di materiale non riciclabile. Ad esempio, dal 2024 è in corso un progetto pilota con misure di controllo aggiuntive per quanto riguarda le merci in entrata nei punti vendita dm, con l'obiettivo di avviare un dialogo con i nostri partner e creare strategie condivise per ridurre i materiali non riciclabili.

Implementare un'economia circolare: un obiettivo che si può raggiungere solo con la collaborazione di tutti.
Collaboriamo con tutti i partner rilevanti nel settore dell'economia circolare, dalle aziende di imbottigliamento a quelle di riciclo, per sviluppare approcci concreti per promuovere l'economia circolare e sensibilizzare i nostri clienti in merito. Le iniziative, che mirano a chiudere i cicli dei materiali riciclabili in tutti i settori, non solo contribuiscono a ridurre la quantità di rifiuti in Germania, ma generano anche effetti positivi nel sottogruppo austriaco. Con ogni imballaggio riciclabile, che include anche una percentuale di materiale riciclato, sosteniamo infatti l'iniziativa europea per l'economia circolare e riduciamo il nostro impatto sull'ambiente.

Continueremo quindi a collaborare con il "Forum Rezyklat" e a prendere parte ad altre iniziative volte a sviluppare strategie di promozione dell'economia circolare. Dal 2023, ad esempio, dm Germania ha incentivato fortemente la digitalizzazione dell'economia circolare, insieme al GS1, nel "Forum Rezyklat" e sta lavorando attivamente con tutti gli stakeholder per espanderla. Queste attività hanno un impatto su tutto il Gruppo, poiché una solida infrastruttura dati è essenziale per il successo della transizione da una catena di valore lineare ad un'economia circolare.

Ridurre al minimo i rifiuti

Nei punti vendita dm, ogni giorno si accumula materiale di imballaggio utilizzato per la logistica. In tutti i paesi in cui dm opera, questi rifiuti sono costituiti per circa il 90% da carta, cartone e imballaggi in cartone, per il 5% da pellicole altamente riciclabili e per il 5% da materiali plastici misti. Per ridurre ulteriormente la quantità di materiali plastici misti, è necessario far sì che questi diventino riciclabili. Abbiamo già avviato misure in tal senso, come illustrato in precedenza.

I nostri processi sono basati sulle esigenze dei clienti e ci consentono di evitare lo spreco di risorse e di ridurre al minimo i rifiuti. L'obiettivo è evitare il più possibile le eccedenze ma, se tuttavia queste dovessero verificarsi, ci impegniamo attivamente a distribuirle in modo efficace attraverso progetti mirati, come ad esempio le donazioni.

Per ogni prodotto a marchio dm, da quelli alimentari alle creme viso, viene verificata la durata di vita ottimale e gli imballaggi vengono sviluppati di conseguenza, in modo tale da evitare sprechi. Ad esempio, adeguiamo il packaging alle caratteristiche del prodotto e alle sue dimensioni. Ciò consente di prolungare la durata di conservazione dei prodotti e di sfruttarne appieno le caratteristiche. I fiocchi d'avena dmBio, ad esempio, sono disponibili in confezioni di dimensioni diverse per soddisfare al meglio le esigenze dei nostri clienti.

Sensibilizzazione

Miglioriamo la nostra comunicazione grazie a una nuova etichettatura multilingue e specifica per paese sulle confezioni dei prodotti a marchio dm.

Nel 2019, dm Germania ha assicurato ai suoi partner di produzione e industriali che avrebbe messo in evidenza sugli scaffali dei punti vendita i prodotti con imballaggi ad alto contenuto di materiale riciclato. Questa promessa ha convinto i partner a intensificare i propri sforzi per utilizzare più materiali riciclati nelle confezioni dei prodotti. Nel 2021, è stato deciso di estendere questa misura anche allo shop online di dm Germania. Questo effetto positivo dovrebbe ora avere un impatto ancora maggiore, poiché abbiamo esteso questa etichettatura anche allo shop online dei paesi del sottogruppo dm Austria.

Tipps

in queste pagine abbiamo riassunto come dividere correttamente gli imballaggi.

Esempi di iniziative e progetti

Nuova linea guida per l'analisi della sicurezza dei materiali plastici riciclati inclusi i packaging dei prodotti cosmetici

Nell'aprile 2024 è stato compiuto un passo importante verso un'economia più circolare: sono state pubblicate nuove linee guida all'avanguardia dal consorzio CosPaTox (Cosmetics, Packaging and Toxicology, cioè cosmetici, packaging e tossicologia) per promuovere l'uso di plastica riciclata nelle confezioni di cosmetici, detergenti e prodotti per la pulizia. Molte aziende hanno evitato finora di acquistare o fornire plastica riciclata per i packaging a causa della mancanza di indicazioni chiare sulla qualità. La pubblicazione di queste linee guida è un tassello fondamentale per la creazione di un'economia circolare efficiente per le materie plastiche. Il consorzio CosPaTox è nato dal "Forum Rezyklat", che abbiamo fondato nel 2018 e supportato per tutta la durata dei progetto.

Imballaggi per cosmetici realizzati con materiale riciclato. Immagine creata con il supporto dell'IA.

Un progetto pilota di edilizia sostenibile

Ad Aidlingen, nell'estate del 2024 abbiamo aperto un punto vendita con una struttura ibrida in legno, proveniente dalla vicina Foresta Nera. Anche in questo caso, tutti i componenti utilizzati possono essere riciclati singolarmente. Il punto vendita dispone anche di un impianto fotovoltaico, di colonnine per la ricarica elettrica, di numerosi parcheggi per biciclette e di una fermata dell'autobus dedicata.

Ad Aidlingen è stato realizzato uno spazio di 624 m², concepito per offrire un'esperienza unica ai nostri clienti.

Il negozio dm a Neuried, in completamento entro la primavera del 2025, stabilirà un nuovo standard nella costruzione di immobili commerciali per dm.

Un nuovo store riutilizzabile

A Neuried stiamo costruendo un punto vendita interamente in legno seguendo i principi dell'economia circolare. I materiali utilizzati potranno essere smontati e riutilizzati, consentendo lo smantellamento dell'edificio al termine del suo ciclo di vita. Sono state scelte pareti in legno lamellare a strati incrociati, che consentono una prefabbricazione e un assemblaggio efficiente. Inoltre, oltre alla possibilità di ricaricare l'auto elettrica presso le apposite colonnine, ci saranno anche numerosi parcheggi per le biciclette. Abbiamo cercato di ridurre al minimo la sigillatura delle superfici; in questo modo, il terreno permeabile potrà assorbire meglio l'acqua piovana e l'asfalto si riscalderà meno in estate.

Questi materiali informano i nostri clienti su ulteriori aspetti sostenibili del punto vendita dm di Aidlingen.

Divanetti realizzati con vecchie colonnine di orientamento – appositi tubi che venivano originariamente utilizzati per evidenziare le aree di assortimento.

Riutilizzo degli arredi dello store

Gli arredi che non sono più necessari nei punti vendita dm vengono trasformati in sedute per i nostri store.

Chiudere i cicli tessili

Nel maggio 2024, è stata completata la fase pilota del progetto dm per la raccolta dei tessuti in Germania, della durata di un anno. Abbiamo raccolto tessuti usati in 92 punti vendita e 28 asili, per un totale di circa 12 tonnellate. Il progetto pilota ci ha permesso di testare opzioni di riutilizzo ragionevoli e sostenibili per i tessuti usati restituiti, dal mercato dell'usato, al riciclo fino alla donazione. I tessuti in buone condizioni sono stati reimmessi nel mercato del second-hand. I tessuti ad alto contenuto di cotone non più indossabili sono, invece, stati trasformati in nuovi filati, che sono stati utilizzati in prima battuta per la produzione delle sacche sportive PUSBLU, per fodere e cuscini negli store dm, e per canovacci. Sono in fase di progettazione altri possibili utilizzi di questi filati, ad esempio la realizzazione di coperte, tovaglie e magliette. Per ampliare ulteriormente la portata del progetto, la raccolta attualmente è disponibile in 50 punti vendita dm in Germania.

Novità

La sacca sportiva del marchio tessile per bambini dm PUSBLU è realizzata con filati riciclati.

Borse per la spesa riutilizzabili provenienti da foreste sostenibili

Nel luglio 2023, dm Austria ha aggiunto al suo assortimento di borse per la spesa riutilizzabili realizzate con un'innovativa fibra di legno di Lenzing AG. Rispetto al cotone, la fibra prodotta con legno proveniente da fonti sostenibili comporta un consumo d'acqua inferiore anche del 60%, in controtendenza rispetto a un trend purtroppo negativo: l'enorme domanda di cotone determina spesso monocolture, l'inaridimento dei suoli e l'estinzione della biodiversità naturale in paesi in via di sviluppo come India, Brasile e Pakistan. La disponibilità regionale delle materie prime è un altro aspetto da tenere in considerazione nel confronto tra fibra di legno e cotone.

Le borse sostenibili sono prodotte in Europa centrale.

L'iniziativa "Grüner Schritt"

Con l'iniziativa "Grüner Schritt" (passi green), dal 2012 dm incoraggia gli alunni delle scuole primarie in Croazia a raccogliere la carta da riciclare. Le 10 scuole che ottengono i risultati migliori ricevono ciascuna un premio in denaro. In questo modo, dm sensibilizza le nuove generazioni ai temi della sostenibilità, della tutela dell'ambiente e del riciclo.

Le dieci migliori scuole nella raccolta di carta riciclata vincono 1.350 €. In foto alcune rappresentanti della scuola elementare di Nová Gradiška, che ha vinto nel 2024.

Biodiversità

La diversità delle specie, dei geni e degli ecosistemi è fondamentale per garantire la nostra sussistenza. Per contrastarne la perdita a livello globale, le Nazioni Unite hanno dichiarato il periodo dal 2021 al 2030 il “decennio per il ripristino degli ecosistemi”. L’obiettivo è proteggere la biodiversità a livello locale e mondiale e ripristinare le condizioni degli ecosistemi.

Dalla teoria alla pratica

Impatto, rischi e opportunità

La biodiversità e gli ecosistemi intatti sono essenziali per garantire acqua pulita, aria fresca e terreni fertili. Sono risorse indispensabili per la nostra economia, sia come elementi singoli sia come base per numerose materie prime del nostro assortimento. Garantiscono il nostro approvvigionamento alimentare, ci permettono di avere medicinali e contribuiscono alla stabilità del clima. Inoltre, arricchiscono le nostre vite dal punto di vista culturale ed economico. In dm, quindi, consideriamo la loro protezione come un investimento sul nostro futuro.

In questo contesto, il nostro impatto si manifesta principalmente nelle catene del valore a monte, in particolare nella coltivazione ed estrazione delle materie prime necessarie per i prodotti a marchio dm e di quelli dei nostri partner industriali. Inoltre, le superfici impermeabilizzate che si creano nelle strutture produttive e negli edifici, così come nelle aree di parcheggio, comportano effetti negativi nelle catene del valore a monte e a valle.

Se la biodiversità dovesse diminuire nel medio e lungo periodo, rischieremmo di dover affrontare annullamenti delle consegne dovuti alla mancanza di materie prime, in particolare nel settore delle materie prime agricole. Questo potrebbe comportare un calo delle vendite e un aumento dei prezzi di acquisto. Inoltre, diminuirebbe la probabilità di scoprire nuove fonti per sviluppare prodotti innovativi, il che a sua volta aumenta i costi delle stesse materie prime. L'implementazione di un'economia circolare e il conseguente sviluppo di prodotti innovativi a tutela dell'ambiente, rappresenta per noi una chance importante per renderci meno dipendenti dalle materie prime.

Ecosistemi in salute sono essenziali per il nostro ambiente.

Il nostro approccio: strategia, obiettivi e misure

La biodiversità è fondamentale per un pianeta sano e un futuro sostenibile per tutti gli esseri viventi, per questo la sua tutela e conservazione è per noi di estrema importanza. Rappresenta una condizione essenziale per l'equilibrio e la stabilità dei nostri ecosistemi. Il mantenimento di ecosistemi integri è a sua volta indispensabile per assicurare la disponibilità delle materie prime per i nostri prodotti e quelli dei nostri partner industriali. È quindi fondamentale prestare grande attenzione alla biodiversità nelle aree in cui vengono coltivate le materie prime. In questo caso, lavoriamo con i nostri partner direttamente in loco per proteggere la biodiversità locale.

Per ridurre al minimo il nostro impatto negativo ci impegniamo a evitare l'uso di risorse primarie, in particolare per prodotti a marchio dm. Quando ciò non è fattibile, cerchiamo di ottenere queste risorse nel modo più ecologico possibile.

Ci impegniamo a evitare l'uso di risorse primarie.

Riduzione al minimo dell'uso di risorse primarie: per renderci indipendenti dalle materie prime, crediamo sia necessario promuovere lo sviluppo dell'economia circolare. Un ulteriore approccio per ridurre l'impatto del consumo di materie prime sulla biodiversità è rappresentato dalla valorizzazione a cascata delle risorse provenienti da flussi secondari. L'obiettivo è aumentare la quota di materiali riciclati nell'assortimento, e utilizzare flussi laterali industriali (vedi il sottocapitolo "Risparmio delle risorse ed economia circolare").

Tutela e conservazione della biodiversità: il nostro obiettivo è ridurre al minimo gli impatti negativi sulla diversità delle specie, dei geni e degli ecosistemi nelle catene del valore e nelle nostre operazioni.

Rinaturalizzazione di aree degradate: sosteniamo progetti per la creazione di ecosistemi, ovvero per la rinaturalizzazione di aree degradate, al fine di compensare gli effetti negativi che non possono essere completamente evitati durante la prouzione e i processi aziendali.

L'obiettivo

è quello di minimizzare i nostri impatti negativi sulla diversità delle specie.

Riduzione al minimo dell'utilizzo di risorse primarie	
Obiettivo	**Misure**
Vogliamo aumentare costantemente la percentuale di materiali riciclati nell'assortimento e l'uso di materie prime provenienti da flussi laterali nei prodotti a marchio dm.	Aumento della percentuale di materiali riciclati nell'assortimento. Aumento della percentuale di materiali riciclati nella costruzione dei punti vendita. Utilizzo di flussi laterali industriali, precedentemente considerati rifiuti, per la produzione di articoli a marchio dm. Pro Climate: riduzione dell'impronta ecologica a parità di prestazioni dei prodotti a marchio dm.

Tutela e conservazione della biodiversità	
Obiettivo	**Misure**
Il nostro obiettivo è ridurre al minimo l'impatto negativo sulla natura nella coltivazione ed estrazione delle materie prime.	Integrazione di questi temi nel Codice di sostenibilità per i partner di produzione delle marche dm: materie prime critiche provenienti esclusivamente da coltivazioni sostenibili. Aumento dei prodotti a marchio dm derivanti da agricoltura biologica: • dmBio: tutti i prodotti dmBio sono certificati almeno con il marchio biologico dell'UE; aumento dei prodotti Demeter e Naturland; • alverde: prodotti con materie prime da agricoltura biologica; • prodotti tessili per bambini: utilizzo di cotone biologico al 99,9%. Promozione di prodotti con materie prime raccolte direttamente in natura.
Vogliamo ridurre il più possibile l'impatto negativo sulla biodiversità nelle nostre operazioni.	Aumento di ulteriori tappeti floreali e tetti verdi sui nostri edifici. Riduzione dell'inquinamento luminoso dei punti vendita dm e dei centri di distribuzione. Definizione di indicazioni specifiche per la bioedilizia per i locatori di store dm che affrontano il problema dell'impermeabilizzazione del suolo attraverso parcheggi, tetti verdi e giardini verticali.

Rinaturalizzazione di aree degradate	
Obiettivo	**Misure**
Vogliamo creare nuovo valore ambientale creando nuovi biotopi.	Implementazione di misure di rinaturalizzazione di ex aree minerarie in Germania con il nostro partner "GREENZERO", attraverso la società associata HeimatERBE.

Evitare l'uso di risorse primarie

Per evitare l'utilizzo di risorse primarie, promuoviamo costantemente l'uso di materiali riciclati negli imballaggi del nostro intero assotimento. Utilizziamo flussi laterali industriali e altri materiali riciclati per i nostri prodotti a marchio dm e promuoviamo soluzioni riutilizzabili nel settore della logistica. Inoltre, esaminiamo continuamente la possibilità di utilizzare materiali riciclati nell'arredamento dei punti vendita dm (vedere sottocapitolo "Conservazione delle risorse ed economia circolare"). Utilizziamo la CO_2 prodotta industrialmente, che estraiamo prima che venga emessa, la ricicliamo in bioetanolo, che poi utilizziamo nei prodotti e nei loro imballaggi (vedere sottocapitolo "Misure significative per contrastare il cambiamento climatico").

100

prodotti Pro Climate

soddisfano lo standard GUH nell'anno fiscale 2023/24.

Prodotti a marchio dm a minor impatto ambientale

Dal 2020, lavoriamo in Germania con il nostro partner "GREENZERO", attraverso la società associata HeimatERBE. GREENZERO, insieme a partner del mondo accademico, come la Technische Universität Berlin e la Technische Universität Braunschweig, ha sviluppato uno standard che nell'estate del 2024 è stato affidato alla nuova associazione "Gemeinsam umweltneutral handeln e.V." (GUH), dove continua a essere sviluppato. Siamo membri fondatori della GUH e partecipiamo attivamente a essa, in quanto per noi è essenziale definire uno standard di conformità basato su dati scientifici.

La base dello standard GUH è l'approccio di "compensazione circolare dell'ecosistema". Per la prima volta, è possibile standardizzare la tutela ambientale in modo olistico, scientifico e con metodi calcolabili in modo chiaro.

Abbiamo sviluppato i prodotti Pro Climate con i nostri partner di produzione secondo questo standard GUH. Oltre 100 prodotti Pro Climate dei nostri marchi dm alverde, babylove, Denkmit, dmBio, Jessa e Sanft&Sicher hanno soddisfatto lo standard nell'esercizio finanziario 2023/24. Un grande successo, considerando che abbiamo lanciato sul mercato i primi 13 prodotti Pro Climate nell'aprile 2021.

Lo standard GUH crea valore ambientale in quattro fasi

Fase 1:

l'impatto ambientale viene misurato utilizzando una valutazione del ciclo di vita, che per i prodotti segue la norma ISO 14040/44, e per le organizzazioni segue il protocollo GHG, compatibile con la norma ISO 14064.

Fase 2:

ci impegniamo a ridurre costantemente il nostro impatto ambientale, analizzando i potenziali di miglioramento attraverso valutazioni del ciclo di vita dei prodotti e sviluppando continuamente strategie efficaci. In questo modo, possiamo diminuire la nostra impronta ecologica, andando oltre la semplice riduzione delle emissioni di CO_2.

Fase 3:

gli impatti ambientali che rimangono dopo aver implementato strategie di riduzione vengono tradotti in termini economici e convertiti in costi ambientali secondo il metodo scientificamente riconosciuto "Environmental Prices" dell'azienda di ricerca e consulenza olandese CE Delft.

Fase 4:

questi costi vengono destinati a mitigare gli impatti del cambiamento climatico, dell'eutrofizzazione, dell'acidificazione, dello smog fotochimico e della riduzione dell'ozono. Investiamo questi fondi nella rinaturalizzazione di aree degradate in Germania per promuovere la biodiversità, creando così valore ambientale significativo.

Il sapone doccia solido alla menta e bergamotto di alverde NATURKOSMETIK è un'alternativa ai prodotti liquidi e alle confezioni in plastica. Come per tutti i prodotti Pro Climate, gli impatti ambientali del cambiamento climatico, della sovraconcimazione, dell'acidificazione, dello smog fotochimico e della riduzione dell'ozono vengono rilevati e convertiti in costi ambientali secondo lo standard CE Delft. Investiamo questi fondi in progetti di rinaturalizzazione in Germania per promuovere la biodiversità.

La carta igienica Sanft&Sicher Pro Climate è realizzata al 100% con fibre igieniche riciclate. Il suo colore beige è dovuto all'assenza di candeggina e sbiancanti ottici. Un avvolgimento stretto dei rotoli e un imballaggio più piccolo permettono un maggiore utilizzo del carico massimo di trasporto. Il risultato è un minor numero di viaggi su camion e quindi minori emissioni di CO_2. La carta igienica a tre veli ha ottenuto il marchio "Blauer Engel". Anche in questo caso, l'impatto ambientale viene rilevato, convertito in costi ambientali e investito in misure di rinaturalizzazione.

GUH-Standard

Tutela e conservazione della biodiversità

Ci riforniamo di materie prime rinnovabili da coltivazioni sostenibili: attualmente stiamo valutando con particolare attenzione le materie prime utilizzate in grandi quantità nei prodotti a marchio dm, che provengono dalla coltivazione industriale di terreni o foreste e da aree sensibili. Tutti i requisiti per l'approvvigionamento delle nostre materie prime sono stabiliti nel Codice di sostenibilità dm (vedere sottocapitolo "Catene del valore responsabili"): per questi prodotti utilizziamo materie prime essenziali provenienti da coltivazioni sostenibili.

Le fonti sostenibili sono di particolare importanza per noi, soprattutto in relazione alle materie prime rinnovabili.

Olio di palma: le materie prime ottenute dalla palma da olio sono spesso più produttive di quelle ottenute da altre piante oleifere, perché nessun'altra pianta ha rese di olio per ettaro di terreno comparabili. Anche gli ingredienti per i cosmetici e i prodotti per il bucato e la pulizia sono solitamente ottenuti dai semi di palma, un sottoprodotto dell'estrazione dell'olio di palma. La coltivazione dell'olio di palma in monocoltura è stata messa in discussione perché causa la perdita di biodiversità in aree sensibili del mondo. Per questo motivo, ci assicuriamo che le nostre palme da olio siano coltivate in modo sostenibile. Ciò è garantito da sistemi di certificazione come lo standard della "Roundtable on Sustainable Palm Oil" (RSPO).

Dal 2011 ci battiamo per una coltivazione più sostenibile della palma da olio e siamo tra i membri fondatori del Forum Sustainable Palm Oil (FONAP; vedere forumpalmoel.org). Nell'ambito di questa iniziativa, ci siamo impegnati pubblicamente a utilizzare solo olio di palma e olio di semi di palma certificato sostenibile e le materie prime da esso prodotte. La conformità viene verificata annualmente da parte dei partner di produzione tramite auditor esterni. Inoltre, svolgiamo una nostra indagine annuale completa per monitorare questo aspetto e promuovere l'ulteriore sviluppo dei requisiti dello standard di certificazione.

Nel 2023, quasi il 100% delle materie prime utilizzate nei prodotti a marchio dm a base di olio di palma era certificato secondo lo standard RSPO. Il 6% delle materie prime era costituito da olio di palma e olio di semi di palma, certificati come "Identity Preserved" e "Segregated" secondo la RSPO. Oltre l'85% di questi proveniva da coltivazioni biologiche controllate, aveva quindi una doppia certificazione. Questi oli sono stati utilizzati principalmente per i prodotti dmBio.

Il restante 94% era costituito da ingredienti provenienti dai cosiddetti derivati. Questi vengono trasformati in ingredienti come tensioattivi, emulsionanti o alcol e utilizzati in cosmetici e prodotti per il bucato, la pulizia e l'igiene. La percentuale di derivati senza certificazione ammontava allo 0,3%. Per compensarla, stiamo investendo nel progetto FONAP per i piccoli agricoltori.

Dal 1986

offriamo ai nostri clienti prodotti alimentari biologici.

Fibra di legno: alcuni dei nostri prodotti a marchio dm utilizzano la fibra di legno come materia prima. Le fibre di legno fresche devono essere certificate secondo lo standard del "Forest Stewardship Council" (FSC), indipendentemente dal fatto che queste vengano trasformate in cellulosa per salviette umidificate o per imballaggi di prodotti e logistica.

Materie prime per l'agricoltura: gli alimenti prodotti in modo sostenibile contribuiscono positivamente alla conservazione della biodiversità. Per questo motivo, gli alimenti biologici fanno parte dell'assortimento dm dal 1986. Per dare un chiaro segnale a favore della produzione biologica, dal 2015 è stato inoltre lanciato il marchio proprio dmBio. Il Gruppo dm, in qualità di retailer, considera come una sua responsabilità quella di offrire ai propri clienti prodotti più sostenibili e di alta qualità e, per questo motivo, il 100% dei prodotti dmBio è certificato con il marchio biologico dell'UE. Sostenendo pratiche agricole che promuovono la diversità di piante e animali, contribuiamo a proteggere i biotopi naturali. Questo è importante per l'ambiente, oltre che per garantire la qualità dei prodotti alimentari che offriamo ai nostri clienti. Nel Gruppo dm i prodotti dmBio rappresentano l'81% delle vendite di prodotti alimentari (l'83% nel sottogruppo dm Germania, il 75% nel sottogruppo dm Austria), mentre in dm Italia, tale dato si attesta al 73,11%.

A partire da settembre 2024, oltre 200 dei 650 articoli a scaffale di dmBio recano il marchio delle associazioni agricole Naturland o Demeter, che sono soggette a linee guida più severe rispetto a quelle stabilite dal regolamento dell'UE relativo alla produzione biologica. Ad esempio, le linee guida di produzione di Naturland prevedono la conservazione e la promozione della biodiversità nelle aziende agricole che destinano il 10% dei loro terreni alla biodiversità e utilizzano solo sementi non ibride.

Nel 2022, dmBio ha iniziato a utilizzare sementi non ibridi per produrre il proprio succo di carota e il succo di barbabietola, promuovendo in questo modo la biodiversità dei terreni. Questo approccio supporta anche l'agricoltura nazionale, riducendo la dipendenza dalle sementi ibride, le quali sono selezionate principalmente per la loro resa e devono essere acquistate ogni anno. Inoltre, per i prodotti del nostro marchio dm alverde NATURKOSMETIK, stiamo aumentando l'uso di materie prime provenienti da coltivazioni biologiche certificate, come la calendula nella nostra linea dedicata alla cura dei bambini.

La raccolta di materie prime in natura ha un impatto particolarmente ridotto sulla biodiversità. Per questo motivo, per dmBio utilizziamo mirtilli selvatici, mentre per diversi prodotti per viso e capelli di alverde impieghiamo rose selvatiche raccolte in natura.

La responsabilità inizia da noi stessi

Il maggiore impatto per la protezione della biodiversità può essere ottenuto con le nostre azioni lungo le catene del valore. Tuttavia, stiamo anche esaminando le nostre operazioni per ridurre al minimo l'impatto negativo.

Sulla base di uno screening iniziale con il "WWF Risk Filter", abbiamo analizzato tutte le sedi attuali e pianificate dei nostri punti vendita dm, dei centri di distribuzione e dei dialogicum dm in tutti i 14 paesi in cui dm opera. Queste informazioni ci aiutano a identificare le località particolarmente colpite da rischi ambientali come la perdita di biodiversità e la scarsità d'acqua. Le indagini iniziali hanno rivelato che all'interno del Gruppo dm non ci sono aree con un rischio elevato per la biodiversità. Tuttavia, vorremmo approfondire l'analisi e sfruttare subito ogni potenziale di ottimizzazione.

Da settembre 2024, abbiamo rinaturalizzato 1,4 ettari in Germania vicino ai nostri centri di distribuzione di Waghäusel e Weilerswist a supporto della biodiversità degli insetti e stiamo portando avanti il progetto con altri 700 m^2 a Weilerswist. Abbiamo anche identificato le emissioni luminose delle nostre sedi in tutta la Germania per ridurle, dove necessario. Come prima iniziativa, spegniamo l'illuminazione pubblicitaria dei nostri oltre 2.000 punti vendita dm in Germania ogni giorno dalle 22:00 alle 6:00. Inoltre, stiamo riducendo gli orari di apertura nel sottogruppo dm Austria a livello nazionale.

Attualmente, dm Germania sta sviluppando indicazioni specifiche per la bioedilizia, con cui motivare i locatori a implementare, tra le altre cose, misure per la tutela della biodiversità presso le sedi dei nostri store dm. Ciò include la riduzione dell'impermeabilizzazione del suolo, l'integrazione di tetti verdi e giardini verticali e l'accurata selezione dei materiali da costruzione. I risultati dei nostri punti vendita dm di Schondorf, Aidlingen e Neuried sono stati fatti confluire in questo progetto. Attraverso queste misure, vogliamo dare un contributo positivo alla conservazione delle specie e promuovere lo sviluppo sostenibile nella costruzione dei nostri punti vendita dm. I risultati di questo progetto rientrano tra quelli del sottogruppo dm Austria.

Creare un nuovo biotopo

Nel 2023, dm Germania ha investito più di 3 milioni di euro in misure di rinaturalizzazione: oltre ai nostri prodotti Pro Climate venduti nel Gruppo dm, anche gli impatti ambientali (cambiamenti climatici, eutrofizzazione, acidificazione, smog fotochimico e riduzione dell'ozono) derivati dagli Scope 1 e 2 sono stati convertiti in costi ambientali e investiti nei progetti di rinaturalizzazione. In futuro, stiamo valutando un'estensione di questo approccio anche a dm Italia.

Insieme al nostro partner "GREENZERO", stiamo creando biotopi diversi, ad esempio in aree che hanno perso il loro equilibrio ecologico a causa dello sfruttamento industriale. Questo crea nuovo valore ambientale promuovendo la biodiversità e rafforzando la resilienza ambientale. Il valore ambientale è calcolato secondo la metodologia della Innovationsgesellschaft Technische Universität Braunschweig mbH (metodo iTUBS) e si basa sullo sforzo necessario per rinaturalizzare gli ecosistemi danneggiati.

Nel 2023 abbiamo investito oltre 3 milioni di euro in progetti di rinaturalizzazione.

1,4 ettari

rinaturalizzati in modo in favore degli insetti vicino ai nostri centri di distribuzione.

Esempi di iniziative e progetti

Preservare le aree protette

In Germania, da diversi anni sosteniamo la fondazione Naturschutzbund Deutschland e.V. (NABU) “Nationales Naturerbe” nell’acquisizione di terreni per la creazione di foreste naturali. Nel 2023, dm ha dato il suo contributo all’acquisto collettivo di un terreno che ha permesso di ampliare di 5,8 ettari l’area protetta “Wald bei Unna” nella Renania Settentrionale-Vestfalia. Sul terreno acquistato può essere piantata una superficie boschiva per preservare il prezioso legno da latifoglia esistente dai danni della luce solare e del vento. I terreni coltivati che non vengono rimboschiti con manto boschivo misto di faggio verranno trasformati in prati ricchi di biodiversità, in modo da ridurre anche gli apporti di nutrienti derivanti dall’uso agricolo nella foresta.

Le foreste naturali sono un valore inestimabile per la biodiversità.

Le api sono indispensabili per l’impollinazione e il mantenimento della biodiversità.

L’impegno dei nostri store

alverde collabora con Mellifera e.V. dal 2004: il marchio dm sostiene gli esperti di apicoltura di Mellifera nel loro lavoro di intermediari della conoscenza per proteggere il benessere delle api e promuovere un’apicoltura sostenibile.

Insieme alla Netzwerk Blühende Landschaft, alverde si impegna a proteggere gli insetti. Mediante l’iniziativa Blühpatenschaft (Adotta un fiore), crea aree fiorite dal valore ecologico particolarmente elevato in Germania, seminando circa 800 semi per km² per dare vita a un paesaggio più colorato e vario. Dall’inizio della cooperazione, in Germania sono stati creati più di 30 ettari di aree fiorite a supporto della biodiversità degli insetti.

dmBio collabora con l’associazione Naturland per sensibilizzare e informare sull’importanza dell’agricoltura biologica. Attualmente dm Germania sta collaborando alla realizzazione del libro per bambini “Vom Biohof auf deinen Teller” (Dalla fattoria biologica al tuo piatto), che spiega ai bambini come funziona un’azienda agricola biologica. I clienti interessati possono trovare il libro per bambini negli store dm tedeschi a partire dal 2025.

Gli insetti svolgono un ruolo fondamentale nella natura, contribuendo alla sua resilienza, impollinando le piante e garantendo la sopravvivenza di uccelli e pesci. Tuttavia, in ambito domestico sono spesso percepiti come fastidiosi. Per far fronte a questo problema, dal 2017 i prodotti Profissimo come le trappole per le tarme alimentari e per moscerini, progettati per catturare ed eliminare gli insetti in modo efficace, sono dotati del marchio “Insect Respect”. Attraverso l’iniziativa “Insect Respect”, la biomassa persa a causa del numero di prodotti venduti viene convertita in costi di compensazione, che vengono poi investiti nella creazione di aree di ripristino ecologico. Questo crea nuove condizioni di vita ottimali per gli insetti. Dal 2025, l’iniziativa sarà estesa a tutti i prodotti Profissimo relativi agli insetti.

Nella Plüddemanngasse a Graz, i nostri collaboratori stanno creando il loro spazio verde per il progetto “Nationalpark Garten”.

Sostegno al Nationalpark Garten

dm Austria è partner dell’iniziativa GLOBAL 2.000 “Nationalpark Garten” dal 2022. Con lo slogan “Sei dein eigener Nationalpark” (Sii il tuo parco nazionale), dm Austria e la Umweltschutzorganisation (Organizzazione per la tutela dell’ambiente) invitano i cittadini a trasformare il maggior numero possibile di spazi aperti, dai balconi, ai giardini agli spartitraffico verdi, in spazi fioriti per preservare la biodiversità. Affinché il balcone, la terrazza o il giardino si trasformino in aree adatte all'iniziativa, devono essere soddisfatti quattro criteri: 1- assenza di pesticidi; 2- assenza di fertilizzanti artificiali; 3- assenza di terriccio torboso; 4- piante ed erbe autoctone. L’obiettivo è quello di raggiungere le dimensioni del più piccolo parco nazionale austriaco, il Thayathal, pari a 13.600.000 m².

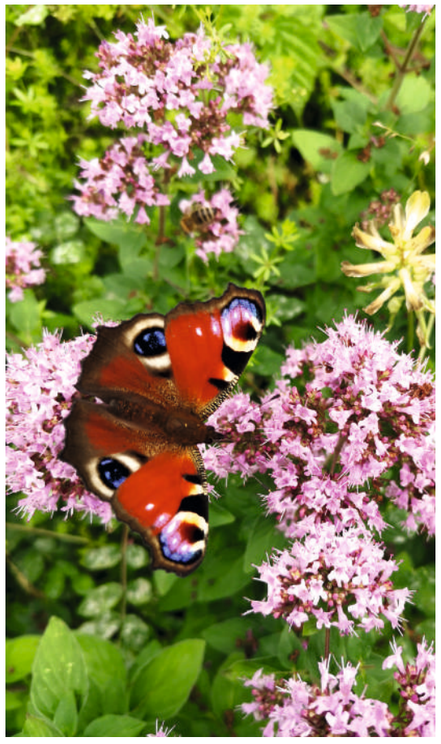
Tra i progetti associati a questa iniziativa figurano i seguenti.

- Grazie all’impegno dei nostri collaboratori, nell’area del punto vendita dm di Graz, in Plüddemanngasse, è stato creato un giardino per l’iniziativa Nationalpark Garten.
- Per incentivare un numero ancora maggiore di persone a partecipare, da aprile a maggio 2023 è stato possibile acquistare nei punti vendita dm in Austria sacchetti di semi con una miscela di fiori selvatici biologici.
- Anche gli spazi aperti del dialogicum dm di Salisburgo e del centro di distribuzione di Enns sono stati destinati alla biodiversità con l’iniziativa Nationalpark Garten.

dm sostiene l’Istituto di ricerca dedicato all’agricoltura biologica e sostenibile in Ungheria

In Ungheria, dm finanzia una serie di video e articoli dell’Institut für Ökologische Agrarforschung, istituto di ricerca dedicato all’agricoltura biologica e sostenibile, relativi al tema della tutela delle piante e rivolti ai giardinieri amatoriali. Nei video, Márk McMenemy guida gli spettatori attraverso pratiche di tutela biologica delle piante e, insieme agli specialisti dell’Istituto, mostra perché è vantaggioso evitare i prodotti chimici nel giardinaggio. dm sostiene inoltre il progetto Pók-Háló di Citizen-Science, creato per documentare la biodiversità dei giardini locali. I partecipanti possono contribuire attivamente all’esplorazione dei nostri biotopi quotidiani mediante l’osservazione dei ragni. Il finanziamento è avvenuto nell’ambito dell’iniziativa “Giving Friday”.

I ragni sono importanti controllori dei parassiti e contribuiscono all’equilibrio degli ecosistemi.



Le farfalle sono importanti indicatori di ecosistemi sani.

dm Austria dona 1€ per ogni farfalla trovata

L’app per l’osservazione della natura naturbeobachtung.at della Naturschutzbund e l’omonima piattaforma online, forniscono dal 2006 importanti indicazioni sulle attuali condizioni della flora e della fauna locale e ne documentano l’evoluzione. Tramite quest’app, è possibile caricare facilmente foto di piante, funghi, insetti e anfibi durante i viaggi e identificarle grazie a un gruppo di 50 biologi. Nel 2022 e nel 2023, dm Austria e la Naturschutzbund, associazione a tutela della biodiversità, hanno organizzato campagne per convertire in donazioni ogni segnalazione di farfalle effettuata. Per ogni segnalazione è stato destinato 1€ alla ricerca sulla biodiversità o a un progetto di tutela delle farfalle. Nel giugno 2023, sono state registrate 5.835 farfalle, un risultato che ha rappresentato un notevole successo.

Piantagione di una foresta Miyawaki a Budapest

In Ungheria, dm ha sostenuto l'iniziativa "10 Millionen Bäume" (10 milioni di alberi) con due milioni di fiorini ungheresi per piantare una foresta Miyawaki nel 22° distretto di Budapest, che contribuirà a rendere l'aria della città più pulita. Si tratta di una forma di rimboschimento per velocizzare la crescita degli alberi: le piante crescono più rapidamente perché la competizione per la luce e le sostanze nutritive le rende più forti rispetto a un albero ornamentale isolato.

Con il metodo Miyawaki vengono creati microforeste che offrono rifugio per la fauna urbana.

La nuova foresta di Sofia

In Bulgaria, dm sostiene la campagna di rimboschimento "Der Neue Wald von Sofia" (La nuova foresta di Sofia) come partner principale dell'amministrazione comunale di Sofia nella campagna di apertura della nuova stagione di rimboschimento nell'autunno del 2022. L'obiettivo dell'iniziativa è il recupero delle foreste riparie, un tempo disboscate, nella zona di Negovan, vicino a Sofia. Nell'ambito di questa partnership, dm Bulgaria ha donato 5.000 querce e una somma aggiuntiva di 5.000 lev bulgari. La campagna a Negovan è la seconda iniziativa del Comune di Sofia per riforestare le aree suburbane e creare una cintura verde. Il progetto è partito nel 2017 e, insieme ai volontari, nel corso dei sei periodi di rimboschimento, sono stati piantati più di 100.000 alberi.

Aspettativa della cintura verde che dovrebbe sorgere attorno a Sofia.

Promuovere la biodiversità attraverso la sensibilizzazione

I collaboratori di dm Austria si impegnano a sensibilizzare maggiormente i clienti sull'importanza della biodiversità: in collaborazione con GLOBAL 2000, hanno sviluppato un pacchetto didattico per le classi dalla quarta alla sesta, che è stato introdotto per la prima volta nel 2024. Per maggiori informazioni sul pacchetto di educazione ambientale, vedere il sottocapitolo "Impegno sociale".

dm Bulgaria ha adottato tre alveari nel 2023.

dm Bulgaria fa parte del programma "Adottare un alveare"

dm Bulgaria fa parte del programma "Adoptiere einen Bienenstock" (Adottare un alveare) della piattaforma "Real Honey". Questo programma aiuta gli apicoltori bulgari a ottenere un reddito equo con la loro produzione e a fornire ai consumatori un miele naturale puro al 100% con qualità e origine garantite. Tutto ciò contribuisce alla biodiversità e alla tutela del patrimonio naturale della Bulgaria. dm Bulgaria ha aderito all'iniziativa nel 2023, adottando tre alveari. In qualità di donatore, riceve ogni anno il miele prodotto dagli alveari adottati, che viene poi distribuito ai collaboratori dei punti vendita dm, del dialogicum dm e del centro logistico di distribuzione.

Uso responsabile delle risorse idriche

L’acqua è essenziale per tutti gli esseri viventi. Senza una quantità adeguata di acqua pulita, la vita di esseri umani, animali e piante non è sostenibile. Secondo il Rapporto mondiale delle Nazioni Unite sullo sviluppo delle risorse idriche 2020, il consumo globale di acqua è attualmente sei volte superiore rispetto a 100 anni fa e continua a crescere di circa l’1% ogni anno. Negli ultimi 20 anni, la Germania ha perso una quantità d’acqua equivalente al volume del Lago di Costanza, diventando così una delle regioni con il maggior calo delle riserve idriche a livello mondiale.

Dalla teoria alla pratica

Impatto, rischi e opportunità

Un eccessivo utilizzo di acqua durante l'impiego dei prodotti nelle catene del valore a valle può provocare effetti negativi sull'ambiente, ridurre il livello delle falde acquifere, causare scarsità d'acqua e aumentare il consumo di energia. Nel nostro quotidiano abbiamo bisogno di acqua per i servizi igienici e per le nostre cucine. Il consumo assoluto di acqua in questo caso è minimo rispetto a quello delle nostre catene del valore a valle e l'impatto associato non è quindi significativo.

Per quanto riguarda le nostre catene del valore a monte, attualmente non disponiamo di quasi nessun dato significativo per valutare il consumo di acqua necessario per la coltivazione e l'estrazione delle materie prime, per la fase di produzione o per le formulazioni dei nostri prodotti a marchio dm.

Il lavaggio della biancheria è una delle attività che consuma più acqua.

Il nostro approccio: strategia, obiettivi e misure

Abbiamo esaminato il nostro intero assortimento per identificare i prodotti che richiedono il maggior consumo di acqua durante il loro utilizzo. Come primo passo, questa analisi ci ha consentito di individuare gli articoli per noi più significativi. In particolare, sono emersi 20 gruppi di prodotti che comprendono articoli non utilizzabili senza l'aggiunta di acqua come quelli dedicati alla cura dei capelli, alla doccia e all'igiene intima (per cui si stima un consumo di circa 157 milioni di m³ di acqua), al bucato (per cui si stima un consumo di circa 88 milioni di m³ di acqua) e i prodotti per il bagno (per cui si stima un consumo di circa 56 milioni di m³ di acqua). In tutte le categorie di prodotti considerate, il consumo di acqua complessivo è di circa 392 milioni di m³. Per la valutazione ci siamo basati sulle stime pubbliche disponibili, comprese quelle delle associazioni dei consumatori. I dati si riferiscono ai prodotti venduti nei punti vendita dm in Germania nel 2023 e sarà rivisto anche per dm Italia in futuro.

Riduzione del consumo di acqua nelle catene del valore a valle: interveniamo direttamente nello sviluppo delle caratteristiche dei prodotti a marchio dm, integrando il tema dell'acqua nella nostra strategia di sostenibilità (vedere sottocapitolo "Sviluppo responsabile dell'assortimento di prodotti"). L'obiettivo è quello di diminuire il consumo di acqua durante l'utilizzo dei prodotti a marchio dm, limitando in questo modo l'impatto ambientale negativo che può verificarsi nella catena del valore a valle.

Riduzione del consumo di acqua nelle catene del valore a valle	
Obiettivo	**Misure**
Vogliamo ridurre il consumo di acqua associato all'uso dei prodotti che vendiamo.	Istruzioni per l'uso sui prodotti a marchio dm. Dialogo continuo con i nostri partner di produzione e industriali.

Sensibilizzare sul consumo consapevole dell'acqua

Forniamo ai nostri clienti informazioni sull'uso consapevole dell'acqua con suggerimenti sulle opzioni di utilizzo a risparmio di risorse idriche sui nostri prodotti a marchio dm.

Anche le catene del valore a monte sono un aspetto che ci riguarda

Analizziamo il consumo di acqua per i nostri prodotti Pro Climate nelle catene del valore a monte nell'ambito della valutazione del ciclo di vita del prodotto. Se confrontiamo il nostro detersivo per piatti concentrato Denkmit nature con quello per piatti alla lavanda Pro Climate ultra nature, ad esempio, a parità di quantità, Denkmit nature consuma circa il 35% di acqua in meno. Questa analisi si riferisce a tutto il ciclo di vita del prodotto: estrazione delle materie prime, imballaggio, logistica, produzione e fine vita. I nostri partner di produzione possono utilizzare le conoscenze acquisite per sviluppare nuovi prodotti della stessa categoria. Utilizziamo queste analisi anche noi per rendere costantemente più sostenibile il nostro assortimento di prodotti a marchio dm.

Inoltre, ci informiamo regolarmente presso i nostri partner di produzione sulle misure adottate e previste per la riduzione del consumo di acqua. Quasi l'80% dei nostri partner per i prodotti di bucato e pulizia, ha già attuato misure in tal senso. Per quanto riguarda i prodotti di cura corpo e cura capelli, la percentuale supera il 60%. Le misure adottate comprendono l'installazione di un impianto di osmosi, l'introduzione di un sistema di monitoraggio e la modifica delle formulazioni. A medio e lungo termine, vorremmo anche avviare un dialogo con i nostri partner industriali per concentrarci maggiormente sul tema dell'acqua.

Suggerimento: "Tappo aperto, acqua chiusa - per il bene dell'ambiente".

Alcuni prodotti a marchio Denkmit riportano sull'etichetta indicazioni di utilizzo sostenibile specifiche.

Suggerimento sui tè dmBio: riscaldare solo la quantità di acqua necessaria.

Riduzione significativa dell’impatto ambientale

La tutela dell’ambiente è una questione fondamentale per uno sviluppo sostenibile futuro, perché tutela la salute delle persone e degli ecosistemi. L’inquinamento ambientale può causare malattie, ridurre la biodiversità e danneggiare le risorse naturali da cui dipendiamo.

Dalla teoria alla pratica

Impatto, rischi e opportunità

Le microplastiche svolgono un ruolo centrale in termini di inquinamento dell'acqua e del suolo. La dispersione di microplastiche rilascia nell'ambiente sostanze inquinanti che danneggiano gli esseri umani e la natura. Questa può essere causata dallo smaltimento errato degli imballaggi dei prodotti nelle nostre catene del valore a valle,
-la cosiddetta dispersione dell'ambente-
o dall'abrasione degli pneumatici degli autocarri durante il trasporto dei prodotti, in particolare nelle nostre catene del valore a monte.

Integrando e promuovendo misure preventive e con l'economia circolare nei nostri processi aziendali, contribuiamo alla protezione e alla conservazione delle risorse naturali. Questo rafforza la nostra posizione di leader di mercato responsabile ed è fondamentale per soddisfare le aspettative dei nostri clienti attenti all'ambiente e per rispettare i principi di sostenibilità della nostra azienda.

Il nostro approccio: strategia, obiettivi e misure

Con la revisione dell'analisi di materialità nell'esercizio finanziario 2023/24, abbiamo identificato il tema dell'inquinamento ambientale, in particolare quello delle microplastiche, come di fondamentale importanza per noi. Per ridurre efficacemente la quantità di microplastiche nell'ambiente, continueremo a implementare strategie lungo l'intera catena del valore. Sono state analizzate le emissioni in tutti i settori aziendali. Da una prima stima è emerso che una significativa fonte di emissioni è causata dall'usura degli autocarri coinvolti nei processi logistici.

Con lo scopo dunque di ridurre al minimo l'immissione di queste microplastiche nel suolo e nelle acque, abbiamo definito alcuni obiettivi:

Riduzione del rischio di dispersione di granulato di plastica dei nostri partner: lo scopo è quello di ridurre al minimo la dispersione di granulato di plastica, in particolare durante le operazioni di carico e scarico, e durante il riciclo.

Prevenzione della dispersione nell'ambiente: ci impegniamo a ridurre la dispersione nell'ambiente delle microplastiche per le quali siamo in parte responsabili.

Riduzione delle microplastiche e dei polimeri sintetici liquidi nei prodotti: vogliamo sviluppare costantemente le formulazioni dei nostri prodotti superando i requisiti legali.

Riduzione della quantità di microplastiche immesse nell'ambiente in seguito al lavaggio dei tessuti: grazie all'elaborazione delle linee guida per la scelta dei materiali e la progettazione dei prodotti tessili, siamo in grado di ridurre al minimo la quantità di microplastiche che vengono disperse nell'ambiente.

Riduzione del rischio di dispersione di granulato di plastica dei nostri partner	
Obiettivo	**Misure**
Il nostro obiettivo è ridurre al minimo la dispersione di pellet durante le operazioni di carico e scarico, e durante il riciclo.	Sensibilizzazione dei nostri partner di produzione per i prodotti a marchio dm in merito al rischio di dispersione di pellet. Implementazione di interventi di pulizia e lavaggio delle superfici presso le aziende di lavorazione della plastica, negli impianti di riciclo e durante le operazioni di carico e scarico. Misure preventive per ridurre l'immissione di microplastiche nelle acque e nel suolo in caso di forti precipitazioni.

Prevenzione della dispersione nell'ambiente	
Obiettivo	**Misure**
Lavoriamo costantemente per ridurre la dispersione di rifiuti nell'ambiente in tutti i nostri processi aziendali e da parte dei nostri clienti.	Formazioni e campagne di sensibilizzazione per promuovere uno smaltimento responsabile dei rifiuti; cooperazione con i partner per la raccolta di materiali riciclabili nel Gruppo dm. Ulteriore sviluppo dei packaging per eliminare i componenti a rischio dispersione nell'ambiente o per sostituirli con materiali degradabili. Comunicazioni relative allo smaltimento degli imballaggi rivolte ai clienti del Gruppo dm.

Il nostro obiettivo è minimizzare l'emissione di microplastiche causate dalla nostra attività.

Riduzione delle microplastiche e dei polimeri sintetici liquidi nei prodotti	
Obiettivo	**Misure**
Vogliamo ridurre costantemente il contenuto di microplastiche e polimeri sintetici liquidi nei nostri prodotti a marchio dm.	Promozione dello sviluppo di nuove formulazioni per le marche dm senza microplastiche e per quelle gestite da dm Germania. Ottimizzazione continua dei prodotti esistenti insieme ai partner di produzione dei prodotti a marchio dm gestiti da dm Germania. Revisione continua dell'elenco degli ingredienti utilizzati e sostituzione delle microplastiche con alternative ecologiche.

Riduzione della quantità di microplastiche immesse nell'ambiente in seguito al lavaggio dei tessuti	
Obiettivo	**Misure**
Il nostro obiettivo è ridurre la quantità di microplastiche rilasciate durante il ciclo in lavatrice.	Linee guida relative alla selezione dei materiali e alla progettazione dei tessuti per ridurre al minimo il rilascio di microplastiche nei prodotti a marchio dm.

Prevenire il rischio di dispersione di granulato di plastica dei nostri partner

Durante le operazioni di carico e scarico nella lavorazione della plastica si verifica la dispersione di granulato di plastica, fenomeno anche noto come dispersione di pellet. Per ridurla, è necessario investire in interventi di pulizia e lavaggio delle superfici, nonché nella formazione del personale. In questo senso, dialoghiamo con i nostri partner per garantire l'attuazione di misure adeguate. Alcuni di essi sono già coinvolti in iniziative come "Null Granulatverlust" (dispersione di granulato zero) o "zero pellet lost" (dispersione di pellet zero). Il nostro programma di monitoraggio in questo ambito è in fase di sviluppo e si pone l'obiettivo di definire nuovi standard e di verificarne il rispetto.

Ridurre la dispersione nell'ambiente

Quando gli imballaggi o i loro componenti vengono abbandonati su strade, in spazi pubblici o nella natura, contribuiscono all'inquinamento ambientale. Per contrastare questo fenomeno, ci impegniamo attivamente a evitare l'uso di materiali di imballaggio che possano disperdersi nell'ambiente. I tappi dei flaconi per solari rappresentano un esempio comune di prodotti spesso abbandonati. Per affrontare questa problematica, abbiamo rinnovato i tappi dei nostri prodotti a marchio dm Sundance: ora tutti i componenti sono saldamente uniti, riducendo non solo il rischio di dispersione nell'ambiente, ma anche l'uso di plastica.

Attraverso numerose formazioni, sensibilizziamo i nostri collaboratori e clienti in merito allo smaltimento responsabile dei materiali riciclabili, riducendo così il fenomeno di dispersione nell'ambiente. Anche il nostro coinvolgimento nel "Forum Rezyklat" per promuovere la chiusura dei cicli e aumentare l'uso di materiali riciclati negli imballaggi ha un impatto positivo, ad esempio grazie al riciclo di materiali riutilizzabili in Europa (vedere sottocapitolo "Conservazione delle risorse ed economia circolare").

Ci assicuriamo che i materiali riciclabili vengano raccolti e smaltiti correttamente durante le nostre operazioni. Ad esempio, la pellicola viene raccolta nei nostri centri di distribuzione e punti di smistamento, compressa con una pressa imballatrice e le balle vengono poi impilate su pallet e caricate direttamente in container chiusi attraverso il portellone di carico. Questo ci permette di ridurre la dispersione di plastica nell'ambiente.

Nei nostri punti vendita dm, la raccolta delle pellicole avviene esclusivamente nei magazzini o nel reparto vendite. Al momento della raccolta, i sacchetti di plastica vengono spostati direttamente dal magazzino all'autocarro, per evitare la dispersione nell'ambiente. Negli store situati all'interno di grandi centri commerciali, i materiali vengono invece raccolti da diversi esercenti e smaltiti in un sito centrale preposto.

Per quanto riguarda lo smaltimento dei rifiuti, collaboriamo con aziende certificate e ci concentriamo su misure di sensibilizzazione nelle catene del valore a valle e con i nostri partner, che raccolgono i materiali riciclabili.

Riduciamo al minimo le microplastiche e i polimeri sintetici liquidi nei nostri prodotti a marchio dm

Da oltre dieci anni implementiamo misure concrete per evitare o ridurre l'uso di microplastiche e polimeri sintetici liquidi nei nostri prodotti a marchio dm. A partire dal 2014 abbiamo eliminato le microparticelle di plastica da tutti i nostri prodotti per la cura del corpo e per l'igiene orale pensati per essere utilizzati con acqua. Da allora, abbiamo lavorato in parallelo alla revisione delle nostre formulazioni contenenti polimeri sintetici. Nel processo di sviluppo delle nostre formulazioni, non ci limitiamo a soddisfare i requisiti legali dell'UE, ma ci impegniamo a superarli.

Rilascio di microplastiche durante il lavaggio dei tessuti

Durante il lavaggio, i tessuti tendono a rilasciare microplastiche nell'ambiente. Siamo consapevoli di questo fenomeno e, per questo motivo, poniamo particolare attenzione a tale problematica. Le ricerche indicano che il rilascio di microplastiche è particolarmente significativo durante il primo lavaggio dei tessuti. Per affrontare questa questione, ad esempio, trattiamo il bordo interno dei guanti da lavaggio a forma di animale di babylove e dei panni per la pulizia di ebelin utilizzando una tecnologia laser.

Evitiamo il rilascio di microplastiche dai nostri prodotti, mettendo in campo idee sempre più innovative.

Dal 2024, i nostri prodotti Sundance saranno dotati di una nuova chiusura anti-sgocciolo.

Trattiamo i bordi con il laser, per ridurre il rilascio di microplastiche durante il lavaggio.

4

Agire con spirito di solidarietà reciproca

Ambiente di lavoro dinamico

Catene del valore responsabili

Impegno sociale

Ambiente di lavoro dinamico

Il mercato del lavoro nel settore della vendita al dettaglio sta attraversando grandi trasformazioni, alle quali noi, come società, dobbiamo adattarci. Per affrontare questa sfida, servono strutture organizzative capaci di supportare un modo di lavorare sempre più agile, flessibile ed efficiente. Inoltre, i cambiamenti demografici e la carenza di personale specializzato stanno avendo un impatto crescente sul mondo del lavoro e della collaborazione reciproca.

Dalla teoria alla pratica

La nostra cultura aziendale del dialogo ci offre la possibilità di imparare gli uni dagli altri e di agire in modo sostenibile.

Ogni dialogo

porta a nuove conoscenze e rafforza il legame tra le persone.

Impatto, rischi e opportunità

Come azienda, ci riteniamo responsabili dei nostri collaboratori. Il nostro obiettivo è creare un ambiente di lavoro stimolante, dove ciascuno possa contribuire in modo significativo e sperimentare il valore del proprio operato.

Offriamo ai nostri collaboratori un posto di lavoro sicuro, con orari regolamentati e organizzazione del lavoro flessibile, oltre a una retribuzione equa e in linea con il mercato per garantire una stabilità economica e sociale. Questo permette ai collaboratori di conciliare al meglio vita professionale e personale. Inoltre, ci impegniamo a creare un ambiente di lavoro sano e sicuro, adempiendo ai nostri obblighi di diligenza in materia di diritti umani. In quanto grande azienda, siamo consapevoli di essere responsabili della protezione delle informazioni e dei dati personali dei nostri collaboratori e ci impegniamo a tutelarli.

La nostra filosofia aziendale si basa sulla cultura del dialogo: la fiducia reciproca e un comportamento rispettoso permettono di agire in modo consapevole e di contribuire attivamente nei team.

I nostri collaboratori hanno la possibilità di esprimersi liberamente e plasmare il proprio ambiente di lavoro. Hanno a disposizione diverse opportunità di crescita affinché ciascuno possa esprimere al meglio il proprio potenziale e i propri punti di forza.

Come molte altre aziende del settore, anche noi risentiamo della carenza di personale specializzato. Questo talvolta può comportare un aumento del carico di lavoro per i collaboratori che operano in alcune aree dell'azienda, ad esempio in caso di assenze per malattia nei team.

Il nostro personale si distingue per un'ampia presenza femminile, sia in sede centrale che nei punti vendita. Il nostro obiettivo è garantire pari opportunità nell'intero Gruppo, anche a livello di top management.

Coinvolgendo attivamente i nostri collaboratori e dando loro la possibilità di esprimersi possiamo generare nuovi stimoli, migliorando non solo il livello di soddisfazione, ma anche la spinta innovativa dell'azienda. Questo è ulteriormente rafforzato da una grande diversità tra i dipendenti e contribuisce ad aumentare la competitività di dm. La nostra cultura della collaborazione crea un forte senso di appartenenza che si ripercuote positivamente sull'atmosfera aziendale. Un sistema di organizzazione del lavoro flessibile, salari equi e un buon equilibrio tra vita professionale e privata alimentano ulteriormente questo senso di appartenenza, incrementando anche l'attrattività di dm come datore di lavoro. Inoltre, le ampie opportunità di crescita rafforzano la relazione dei collaboratori con l'azienda e ci aiutano ad attrarre nuovi talenti. Tutti questi aspetti hanno un impatto positivo sulla crescita innovativa e commerciale di dm e, allo stesso tempo, creano soddisfazione tra i collaboratori.

Una cultura aziendale condivisa e un buon clima di lavoro favoriscono la motivazione dei nostri collaboratori.

Per arginare il rischio potenziale di un aumento delle assenze, dovuto a un incremento a breve termine del carico di lavoro, adottiamo numerose misure, come ad esempio una registrazione delle ore di lavoro più flessibile e supporto reciproco tra i vari punti vendita dm. Le nostre iniziative, volte a cercare nuovi collaboratori e apprendisti, mirano a coprire le posizioni aperte, anche in periodi di carenza di personale qualificato. Se le posizioni rimangono scoperte, l'azienda rischia un danno economico a lungo termine. A livello aziendale, inoltre, gestiamo un'elevata quantità di dati personali dei nostri collaboratori, che, se non adeguatamente protetti, potrebbero avere conseguenze negative su questi ultimi, danneggiare la reputazione di dm o comportare sanzioni pecuniarie. Siamo consapevoli di questo aspetto e, pertanto, prestiamo molta cura alla protezione dei dati personali.

Il nostro approccio: strategia, obiettivi e misure

Se il modo di agire dei collaboratori e i valori dell'azienda coincidono, significa che le persone sono in sintonia con il proprio lavoro, un principio in cui crediamo profondamente. Ogni singolo individuo dà il suo contributo diretto mettendo in pratica i nostri principi nel proprio operato quotidiano e promuovendoli nel quadro della nostra cultura aziendale del dialogo. Principi sani uniti ad una buona atmosfera lavorativa hanno un impatto significativo sul benessere e quindi sulla motivazione dei nostri collaboratori e, in ultima analisi, sul successo della nostra azienda. Riconosciamo l'importanza di una formazione continua e investiamo nella qualificazione dei nostri collaboratori, offrendo loro opportunità adeguate.

Garanzia di condizioni di lavoro ottimali per i nostri collaboratori: condizioni favorevoli di lavoro e di vita, che contribuiscono al benessere dei nostri collaboratori, sono il presupposto fondamentale di tutte le nostre azioni.

A queste si aggiungono un elevato livello di sicurezza del lavoro, una retribuzione adeguata e una particolare attenzione agli interessi dei dipendenti.

Pieno riconoscimento dell'individualità di ognuno e promozione delle pari opportunità: consideriamo le diverse conoscenze, le esperienze personali, i punti di vista individuali, l'inclusione e la diversity della nostra società come una risorsa preziosa per la creatività e per stimolare nuovi modi di pensare, e quindi come aspetti che arricchiscono la collaborazione.

Rafforzamento della cultura dello sviluppo e della formazione continua: per noi, l'apprendimento è un processo autodeterminato, volontario, informale e sostenibile. Crediamo che il cosiddetto self-directed learning (apprendimento autodeterminato), proprio come la capacità di pensare e agire in modo orientato al futuro, debbano partire dall'individuo stesso. Per questo, i nostri collaboratori hanno la libertà di scegliere come, perché e quando formarsi. Il lavoro quotidiano, con le sue sfide e i suoi incarichi in continua evoluzione, offre costanti opportunità di apprendimento. Oltre a consentire un apprendimento informale nel lavoro quotidiano, però, vogliamo anche incentivarlo in maniera consapevole e mirata. In questo modo, la formazione e la crescita dei collaboratori diventano una leva fondamentale per lo sviluppo aziendale. Garantiamo inoltre una serie di opportunità di apprendimento all'interno del team di lavoro anche per soddisfare i requisiti legali.

Promuoviamo l'apprendimento informale sul posto di lavoro.

Garanzia di condizioni di lavoro ottimali per i nostri collaboratori

Obiettivi	Misure
Vogliamo garantire ai nostri collaboratori un reddito adeguato.	Sviluppo strategico e continuo della politica retributiva di dm. Continuo ampliamento di benefici aziendali nel Gruppo dm. Revisione periodica del salario minimo di sussistenza, che generalmente è più alto di qualsiasi salario minimo legale.
Vogliamo consentire ai nostri collaboratori di raggiungere il miglior equilibrio possibile tra lavoro e vita privata.	Sviluppo di sistemi di organizzazione del lavoro e ambienti di lavoro agili e flessibili nonché forme di collaborazione flessibili nel Gruppo dm. Coinvolgimento dei collaboratori nella pianificazione delle turnazioni nei negozi dm. Flessibilità del luogo e dell'orario di lavoro dei dialogicum dm del Gruppo. Interessante offerta di benefit e vantaggi aziendali.
Attribuiamo grande importanza al coinvolgimento dei nostri collaboratori e ci impegniamo a rafforzare il dialogo sociale con loro, sviluppandolo continuamente.	Introduzione di sondaggi periodici condotti tra i dipendenti del Gruppo dm con l'obiettivo di fornire spunti per migliorare le condizioni di lavoro. Coinvolgimento dei collaboratori nello sviluppo organizzativo.
Il nostro obiettivo è creare una cultura che promuova il benessere personale, rafforzando la consapevolezza e le competenze in materia di salute e sicurezza sul lavoro nel nostro team nel lungo periodo.	Organizzazione delle Settimane del Benessere nel 2023 per tutti i collaboratori. Ulteriore sviluppo di programmi interni ed esterni che includano servizi sanitari basati sulle esigenze e orientati ai gruppi target. Raccolta e monitoraggio dei dati per identificare gli sviluppi e le esigenze dei collaboratori e migliorarne il benessere e la soddisfazione. Sensibilizzazione all'ampia offerta di servizi sanitari attraverso comunicazioni mirate.

Garanzia di condizioni di lavoro ottimali per i nostri collaboratori

Obiettivi	Misure
Il nostro obiettivo è garantire l'adempimento degli obblighi di diligenza in materia di diritti umani nei confronti dei nostri collaboratori, per favorire un ambiente di lavoro positivo e rispettoso.	Formazione per i collaboratori sul rispetto dei diritti umani e sugli obblighi di diligenza a essi associati.
Vogliamo proteggere i dati dei nostri collaboratori al meglio e lavoriamo costantemente a ulteriori sviluppi per tutelarli.	Sviluppo continuo di temi legati all'integrità e alla protezione dei dati. Istituzione e sviluppo continuo di un sistema di gestione della protezione dei dati. Ulteriore sviluppo dei progetti di formazione per i collaboratori. Implementazione dei diritti degli interessati in qualità di responsabili del trattamento dei dati nel Gruppo dm.

Pieno riconoscimento dell'individualità di ognuno e promozione delle pari opportunità

Obiettivi	Misure
Vogliamo continuare a consolidare la nostra cultura aziendale del dialogo e creare misure di valorizzazione e di comunicazione nell'employee journey.	Aggiornamento delle opportunità di apprendimento esistenti nel dm-Lernwelt per dare a tutti i collaboratori del Gruppo l'opportunità di comprendere le basi e coltivare una cultura aziendale del dialogo. Realizzazione del libro "Hier bin ich Mensch - Impulse zur Unternehmenssphilosophie" (Qui io sono - spunti per la filosofia aziendale) per tutti i collaboratori di dm Germania con importanti spunti per la cultura aziendale. Nuovo impulso alla cultura aziendale e al suo consolidamento garantendo una comunicazione costante lungo l'intero employee journey del Gruppo dm. Iniziativa digitale "Arbeit anders leben" (Un'idea diversa di lavoro) per attrarre e rinsaldare il legame con i collaboratori nel sottogruppo dm Austria.

Pieno riconoscimento dell'individualità di ognuno e promozione delle pari opportunità

Obiettivi	Misure
Vogliamo promuovere un ambiente di collaborazione basato sul rispetto, in cui l'inclusione e la diversity siano percepite come un valore aggiunto e rendere la pluralità e le pari opportunità tangibili all'interno della nostra azienda.	Sviluppo di un approccio strategico volto a favorire la diversity nel sottogruppo dm Austria. Aggiornamento delle attuali opportunità di apprendimento nel dm-Lernwelt. Introduzione di rappresentanti di fiducia nei casi di discriminazione e in altri casi di disparità di trattamento in dm Slovacchia, Slovenia e Repubblica Ceca. Corso di lingua su misura per soddisfare le esigenze e i requisiti del centro di distribuzione di Waghäusel di dm Germania e promozione delle competenze linguistiche nel sottogruppo dm Austria. Perfezionamento e ottimizzazione continua del processo di onboarding.

Rafforzamento della cultura dello sviluppo e della formazione continua

Obiettivi	Misure
Ci prefiggiamo l'obiettivo di essere sempre attenti alle esigenze delle persone e di offrire una formazione differenziata che si adatti alla nostra cultura.	Sviluppo continuo di progetti di formazione e studio per promuovere le competenze necessarie per il futuro. Sviluppo continuo di una strategia di formazione orientata al futuro in dm Germania.
Vogliamo sviluppare ulteriormente le opportunità di apprendimento, promuovendo una formazione continuativa e l'utilizzo tra i nostri collaboratori di tecnologie di intelligenza artificiale generativa, al fine di coltivare uno spirito orientato all'apprendimento.	Offerta di spunti e stimoli costanti sul tema della sostenibilità nel Gruppo dm. Format e strumenti per promuovere l'apprendimento. Ampliamento dei programmi di apprendimento specifici per ogni gruppo target. Miglioramento dell'usabilità di dm-Lernwelt. Espansione e ulteriore sviluppo delle opportunità di apprendimento digitale.

Rafforzamento della cultura dello sviluppo e della formazione continua	
Obiettivi	**Misure**
	Wokshop, conferenze di esperti e tanti suggerimenti e trucchi di prompting per trasmettere ai collaboratori del Gruppo dm sempre più competenze legate al mondo dell'IA all'insegna dello slogan (ad esempio AI Lunch & Learn).
	Analisi e ricerca sulle potenzialità dell'AI e dell'automazione in dm-Lernwelt.
	Supporto ai collaboratori nei cambiamenti e nello sviluppo delle competenze necessarie per utilizzare l'intelligenza artificiale generativa.
	Progettazione di un programma di formazione strategico nel sottogruppo dm Austria.
Vogliamo investire nello sviluppo dei nostri punti di forza e dei talenti, per continuare a rispondere in modo ottimale alle circostanze attuali e consentire ai nostri manager di supportare al meglio i collaboratori, in linea con la nostra cultura aziendale.	Introduzione di una strategia per lo sviluppo dei talenti che funga da quadro di riferimento per favorire ulteriori opportunità di sviluppo e garantire pari opportunità nel Gruppo dm.
	Espansione del "Talent Relationship Management" (gestione dei talenti) nel sottogruppo dm Austria.

Progettare gli ambienti di lavoro con uno sguardo a 360°

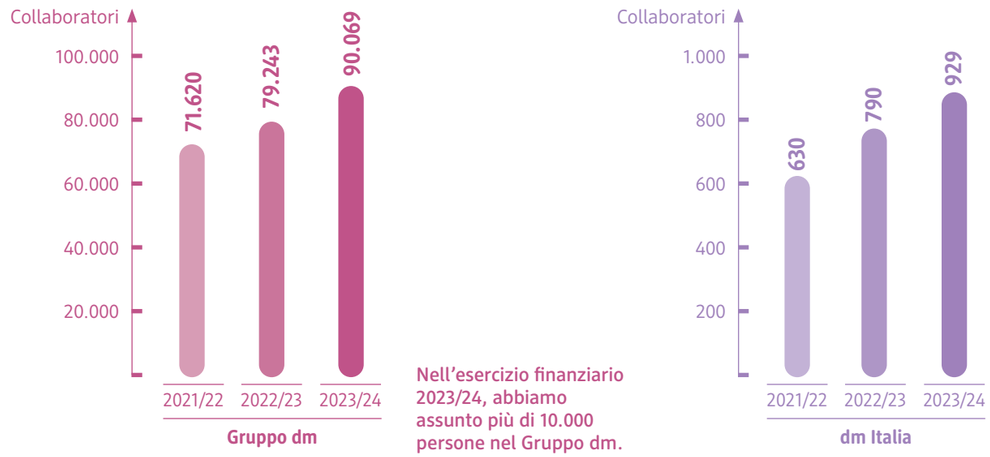
La nostra forza lavoro è composta da 90.069 persone, di cui 929 in Italia. Questa somma comprende anche i lavoratori non in forze al momento del conteggio, come ad esempio collaboratrici in maternità (dati aggiornati al 30/09/2024). Dietro questo numero ci sono persone con le loro esigenze e necessità di cui desideriamo tenere conto. Per noi sono inoltre fondamentali una collaborazione basata sulla fiducia e rapporti solidi e duraturi con i nostri collaboratori. Per questo motivo, la maggior parte dei contratti è a tempo indeterminato. Attualmente, oltre il 78% della nostra forza lavoro è assunta con contratto a tempo indeterminato, circa il 6% ha un contratto di formazione, mentre solo il 15% è assunta a tempo determinato.

Per costruire relazioni di lavoro solide, basate sulla fiducia e il rispetto reciproco, è fondamentale offrire retribuzioni adeguate. I nostri salari tengono conto di tutti i requisiti normativi, che vengono regolarmente riesaminati per verificarne la conformità con le normative nazionali, legali, di contrattazione collettiva e interne. La retribuzione è indipendente da genere, età, origine, orientamento sessuale, ideologia, religione o disabilità. Questo vale per tutti i livelli e le posizioni ed è stabilito nelle nostre norme salariali.

Nei paesi in cui dm opera e dove è previsto un salario minimo per legge, questo rappresenta naturalmente il limite minimo per la retribuzione. In alcuni casi, abbiamo stabilito un "minimo retributivo dm" specifico per un paese e superiore al minimo previsto dalla legge.

Nel contesto italiano, la circolare INPS 26 del 30 gennaio 2025 stabilisce il minimale di retribuzione giornaliera per l'anno 2025, fissato a 57,32€, corrispondente a una retribuzione oraria di 8,60€.

Diagramma 4.1: Andamento del numero dei collaboratori dm



Nell'esercizio finanziario 2023/24, abbiamo assunto più di 10.000 persone nel Gruppo dm.

In Italia è obbligatorio garantire il minimo retributivo per tutti i lavoratori. Oltre al contratto di lavoro, garantiamo condizioni aggiuntive, in accordo con i sindacati nazionali, come per esempio un 2% a titolo di superminimo non assorbibile per tutti i dipendenti con almeno 12 mesi di anzianità e congedi aggiuntivi, come il congedo per l'inserimento al nido o alla scuola materna, un giorno di permesso retribuito per i nonni e un congedo matrimoniale per le coppie di fatto.

Promuovere la salute dei nostri collaboratori è anche una nostra responsabilità.

I nostri collaboratori hanno bisogno di un buon equilibrio tra lavoro e vita privata, e noi rispondiamo a questa esigenza offrendo contratti part-time e orari flessibili. Se la mansione lo consente, c'è anche la possibilità di lavorare in smart working. In occasione di eventi familiari importanti, come la nascita di un figlio o il primo giorno di scuola, in diversi paesi in cui dm opera, ad esempio in dm Croazia, Romania, Slovenia, Serbia e Macedonia del Nord, i nostri collaboratori hanno la possibilità di beneficiare di un periodo di ferie aggiuntivo.

Per rendere gli ambienti di lavoro adeguati al futuro e rafforzare il dialogo sociale, è necessario conoscere e prendere in considerazione i bisogni, le aspettative e le esigenze dei nostri collaboratori. A tal fine, conduciamo sondaggi regolari e sistematici tra i collaboratori di dm Germania e del sottogruppo dm Austria nei rispettivi paesi. I requisiti legali degli Stati membri dell'UE costituiscono la base per garantire il diritto alla libertà di associazione e alla contrattazione collettiva. La contrattazione collettiva è attualmente attiva in dm Germania, Austria, Slovenia, Romania e Italia. Attraverso la rappresentanza dei dipendenti nei consigli aziendali e nei consigli di sorveglianza, i nostri collaboratori possono partecipare alle decisioni aziendali rilevanti e rappresentare direttamente i loro interessi. In dm Germania e dm Austria i rappresentanti vengono eletti dai collaboratori ogni quattro anni.

Consolidiamo attivamente le competenze in materia di salute dei nostri collaboratori e la cultura della sicurezza sul lavoro nel nostro team, sottolineando l'importanza di questo tema. Per questo motivo, ci dedichiamo al benessere orientato al futuro e sostenibile, che permetta ai nostri collaboratori di esprimere al meglio il proprio potenziale e promuova la nostra attrattività come datori di lavoro. Consideriamo la salute a 360°, vale a dire dal punto di vista fisico, sociale e mentale. I nostri collaboratori hanno accesso a consulenze individuali, sessioni di coaching, workshop e seminari che li aiutano a preservare il proprio benessere.

Nel caso di dm Italia, durante l'estate 2023, è stata organizzata la "Settimana del Benessere", con l'obiettivo di supportare i collaboratori nel raggiungere un equilibrio tra vita privata e lavorativa e promuovere il loro benessere. Durante questa settimana, sono stati offerti webinar e consigli pratici. Questa iniziativa è stata organizzata anche a livello di Gruppo e il programma è stato completato da stimolanti presentazioni e da una challenge di attività fisica. Il grande consenso ottenuto ci ha incoraggiato a proporre un altro evento nell'autunno del 2024, questa volta con un focus sulla salute mentale in un format più piccolo in dm Germania.

I sondaggi

interni ci permettono di i comprendere e valutare meglio le esigenze e le aspettative dei nostri collaboratori.

Nel sottogruppo dm Austria, nell'ambito della strategia internazionale per il benessere dei collaboratori, identifichiamo ogni anno temi prioritari, che vengono affrontati attraverso iniziative internazionali di sensibilizzazione sulla salute. A tal fine, stiamo sviluppando misure di promozione che si adattano alle esigenze specifiche dei nostri collaboratori nei vari paesi in cui dm opera.

Utilizziamo il report annuale sulla salute pubblicato da dm Germania per avere un quadro sul benessere dei nostri collaboratori. Questo, infatti, identifica gli sviluppi e le esigenze dei collaboratori, raccogliendo dati relativi alla struttura aziendale e al tasso di turnover e permettendo di riconoscere tempestivamente gli sviluppi positivi e negativi e di avviare le misure o le contromisure del caso. Utilizziamo questi risultati per promuovere il dialogo, la sensibilizzazione e azioni preventive, oltre che per progettare servizi di prevenzione adeguati. Nei paesi del sottogruppo dm Austria, l'introduzione di misure a supporto della salute dei nostri collaboratori e della prevenzione si basa su dati raccolti e analizzati internamente secondo criteri uniformi. In ambito di salute e benessere, è stata promossa a livello internazionale l'iniziativa Gesundheitsimpulse (Spunti di benessere), pensata per dare consigli a tutti i collaboratori su queste tematiche. È stato inoltre organizzato un webinar sul tema della salute piscologica e sono state pianificate successivamente delle giornate nella sede centrale dedicate al movimento sul luogo di lavoro.

Il rispetto dei diritti umani è un requisito fondamentale per noi e con il nostro impegno verso la diversity, ci facciamo promotori della tolleranza e di relazioni alla pari. Ci impegniamo a

Nel 2023, durante la Settimane del Benessere, i collaboratori del Gruppo dm hanno avuto l'opportunità di partecipare a tante attività, all'interno di un programma variegato.

rendere questo principio parte integrante della nostra filosofia aziendale. Vogliamo dare a tutti i collaboratori l'opportunità di imparare l'uno dall'altro, relazionarsi in modo autentico e riconoscere l'individualità di ognuno. Per aumentare la consapevolezza interna in materia di obblighi di diligenza sui diritti umani, i collaboratori hanno accesso ad appositi corsi di formazione online e in presenza, obbligatori a seconda delle mansioni.

Attribuiamo grande importanza alla protezione dei dati dei nostri collaboratori e per questo perseguiamo diverse misure strategiche. In primo luogo, promuoviamo lo sviluppo continuo di temi legati all'integrità e alla protezione dei dati, per garantire la costante conformità ai requisiti legali vigenti. Istituiamo inoltre progetti di formazione per i dipendenti, che mirano ad accrescere la loro consapevolezza in materia di protezione e sicurezza dei dati. Infine, in qualità di titolari del trattamento dei dati, in tutto il Gruppo dm, applichiamo in modo coerente le normative a tutela dei nostri collaboratori, garantendo che i loro dati siano trattati in modo trasparente.

Promuovere la cultura aziendale del dialogo e le pari opportunità

All'interno del nostro team lavorano persone provenienti da oltre 140 nazioni. Spetta a ciascuno di noi plasmare una convivenza rispettosa in cui la diversity e l'inclusione siano percepite come un valore aggiunto. La nostra filosofia aziendale rappresenta il fondamento di questo approccio. Per favorire lo sviluppo della cultura del dialogo, sosteniamo i nostri collaboratori con diverse opportunità di formazione e aggiornamento specifiche per i vari gruppi. I collaboratori dei punti vendita, ad esempio, possono partecipare a giornate di lavoro dedicate a questi temi specifici, mentre i nuovi manager hanno accesso a programmi che consentono loro di conoscere e applicare concretamente principi di leadership nella vita lavorativa quotidiana. Nel sottogruppo dm Austria, una rete di ambasciatori aiuta a coltivare, instaurare e promuovere la collaborazione oltre i confini nazionali nello spirito della cultura aziendale basata sul dialogo.

Nel Gruppo dm lavorano oltre 2.200 persone con gravi disabilità. Ci impegniamo a tenere conto delle loro esigenze individuali creando un ambiente di lavoro sicuro e inclusivo. In dm Germania, ad esempio, sono supportati dall'organo di rappresentanza dei dipendenti con gravi disabilità. I referenti forniscono loro un aiuto concreto nella compilazione delle domande e rappresentano in generale gli interessi dei propri colleghi all'interno del nostro team di lavoro.

Inoltre, i collaboratori con disabilità di dm Austria e Romania beneficiano di giorni di ferie supplementari e quelli di dm Slovacchia hanno diritto a un'indennità aggiuntiva quattro volte all'anno sotto forma di credito che può essere convertito in buoni per determinate misure di assistenza sanitaria.

La diversity e l'inclusione rappresentano dei valori aggiunti per la nostra comunità lavorativa.

Nell'esercizio finanziario 2024/25, nel sottogruppo dm Austria, ci concentriamo sull'integrazione dei temi della diversity, delle pari opportunità e dell'inclusione nei processi lavorativi e nella cultura all'interno del Gruppo dm. Il nostro obiettivo è creare un quadro comune e valori che promuovano un ambiente di lavoro inclusivo in cui ogni collaboratore sia valorizzato. Intendiamo sviluppare un approccio di base valido a livello internazionale che serva da linea guida per le attività future e che garantisca un'armonia strategica nella gestione della diversity. Allo stesso tempo, identifichiamo aree in cui possono essere implementati miglioramenti e misure a supporto della diversity, mantenendo un equilibrio tra l'armonizzazione delle politiche aziendali e le norme di legge dei singoli paesi.

In caso di segnalazioni di comportamenti non etici o fraudolenti, pratiche sleali o difficoltà nella risoluzione di conflitti, i nostri collaboratori possono rivolgersi ai loro responsabili aziendali o disciplinari. In dm Slovacchia, Slovenia e Repubblica Ceca, i collaboratori hanno anche la possibilità di contattare direttamente il proprio rappresentante di fiducia. Se i collaboratori desiderano effettuare una segnalazione anonima, possono utilizzare il sistema di segnalazione dm disponibile per tutto il Gruppo (per maggiori informazioni vedere il sottocapitolo "Catene del valore responsabili").

Vogliamo aiutare tutti i collaboratori a comprendere l'ampiezza e la struttura della nostra azienda e far sì che ognuno di loro si senta percepito in modo obiettivo nel proprio ruolo. Per noi è particolarmente importante che i collaboratori si ambientino al meglio nel nostro Gruppo, fin dall'inizio quando si trovano ad affrontare molti momenti chiave per il loro percorso lavorativo. Proprio per garantire ai nostri nuovi collaboratori di ambientarsi al meglio sin da subito - potendo contare sul supporto di colleghi e responsabili nel ruolo di mentori e coach - miglioriamo costantemente i nostri piani di onboarding. L'inserimento in dm è supportato da piani di formazione e da offerte di apprendimento sia a livello digitale che aziendale. Durante la fase di onboarding tutti i nuovi collaboratori ottengono una prima panoramica dei valori e degli obiettivi della nostra azienda e imparano a conoscere la cultura aziendale del dialogo.

Per i collaboratori della sede centrale in Italia, è previsto anche un "onboarding breakfast" riservato alle nuove risorse, per facilitare incontri e conoscenze reciproche. La condivisione di informazioni tra colleghi favorisce un migliore inserimento e coinvolgimento dei nuovi assunti all'interno dell'azienda.

Attraverso la promozione delle competenze di comunicazione, durante la fase di colloquio e di valutazione nel processo di selezione dei nuovi collaboratori, desideriamo creare una cultura di selezione trasparente e orientata al futuro per tutto il sottogruppo dm Austria. In particolare, vogliamo ridurre al minimo i bias inconsci e promuovere la parità di trattamento di tutti i candidati, contribuendo a creare un ambiente di lavoro più inclusivo e a favorire assunzioni a lungo termine.

Desideriamo che ogni persona possa esprimere se stessa, contribuendo alla crescita del proprio team.

10.000

nuovi collaboratori

che abbiamo avuto il piacere di accogliere nel nostro Gruppo nell'anno fiscale 2023/24.

Offrire uno sviluppo e una formazione poliedrici

La formazione è sempre stata di grande importanza per noi, poiché ci consente di assicurare la flessibilità del nostro team grazie alla presenza di professionisti altamente qualificati. Attualmente lavorano con noi circa 5.560 apprendisti. In Germania, Austria, Slovacchia, Italia, Ungheria, Slovenia, Repubblica Ceca e Bulgaria, sono presenti programmi di formazione duale.

Alla base della nostra idea di formazione, c'è la capacità di affrontare attivamente le proprie mansioni e acquisire esperienza. In dm Germania, Austria e Slovacchia abbiamo sviluppato particolari approcci alla formazione per accompagnare i nostri apprendisti e promuovere un atteggiamento che favorisca l'apprendimento. La formazione deve soddisfare le esigenze delle nuove generazioni e allo stesso tempo tenere conto delle necessità future della nostra azienda.

Oltre alla formazione nel settore drugstore e vendita al dettaglio, e allo studio duale in economia aziendale, in Germania è possibile scegliere tra diverse professioni nei settori commerciali, IT e logistica. Ci impegniamo a mantenere uno scambio stretto con scuole professionali e università e, in questo contesto, teoria e pratica si integrano perfettamente. Oltre alle competenze tecniche, promuoviamo anche le competenze sociali e personali dei nostri apprendisti - soprattutto attraverso l'apprendimento individuale nei luoghi di formazione.

In alcuni paesi del sottogruppo dm Austria, offriamo programmi di formazione duale in diversi settori professionali, tra acconciatura, cosmetica, pedicure, vendita al dettaglio, logistica, IT, finanza e contabilità, e commercio. Inoltre, diamo la possibilità agli studenti universitari e delle scuole superiori di svolgere tirocini presso di noi.

La nostra collaborazione si basa su un'interazione costruttiva, su un atteggiamento di apertura verso nuove idee e su un approccio pratico.

Per favorire il processo di apprendimento di tutti i nostri collaboratori, ciascuno di essi riceve supporto individuale dai propri colleghi nel percorso formativo. I collaboratori e i loro responsabili determinano i propri obiettivi di apprendimento e le relative esigenze di formazione nell'ambito del colloquio annuale. I responsabili sostengono i loro collaboratori nella loro crescita professionale e personale e nel mettere in pratica con successo ciò che hanno appreso.

In dm Italia, offriamo due tipologie di opportunità formative e di inserimento nel mondo del lavoro: il tirocinio e l'apprendistato. Durante entrambe le esperienze, si combina l'apprendimento sul campo con nozioni teoriche attraverso webinar interattivi, eventi e corsi di formazione. Mettiamo inoltre a disposizione dei nostri colleghi programmi di formazione finanziati, come il corso di Excel che abbiamo offerto lo scorso anno. Chi desidera ampliare le proprie competenze linguistiche riceve inoltre la possibilità di seguire corsi di tedesco con enti formativi nazionali, che garantiscono un percorso di crescita professionale ricco e variegato.

Continuiamo a sviluppare costantemente la nostra offerta formativa.

In tutto il Gruppo dm ci proponiamo di infondere nei nostri colleghi una profonda comprensione delle sfide ambientali e sociali e della loro rilevanza per promuovere un comportamento orientato alla sostenibilità. Le conoscenze specifiche ci aiutano a sviluppare un assortimento di prodotti responsabile nel lungo periodo e ad avviare un dialogo orientato al futuro con i nostri partner e clienti. Per questo motivo, sviluppiamo continuamente i nostri programmi di formazione su questi temi. Nell'esercizio finanziario 2023/24, ad esempio, abbiamo organizzato workshop a livello internazionale con focus sul nostro assortimento e scambiato opinioni con tutti i team di prodotto su argomenti chiave relativi allo sviluppo sostenibile e responsabile delle nostre referenze. Nel sottogruppo dm Austria, offriamo ai nostri colleghi l'opportunità di integrare le loro competenze professionali con programmi di formazione specifici nel settore della vendita al dettaglio. Tutte le attività di formazione sono sempre focalizzate sull'assortimento dm e mirano ad una consulenza di alta qualità per i nostri clienti.

Offriamo ai nostri collaboratori libertà di scelta e possibilità di apprendimento e sviluppo per poter agire in modo autonomo e responsabile.

5.560

gli apprendisti

in formazione da noi.

Ci impegniamo a creare una collaborazione basata sulla fiducia.

Su dm-Lernwelt sono disponibili numerosi moduli di formazione nelle diverse lingue dei paesi in cui dm opera. In tutti questi paesi, è stata creata una piattaforma di apprendimento digitale, in cui i moduli online e in presenza sono presentati in format diversi. L'apprendimento digitale consente ai nostri collaboratori di partecipare a varie attività formative in modo flessibile, in termini di tempo e di luogo, tramite smartphone o PC. Inoltre, attraverso dm-Lernwelt, è possibile prenotare seminari in presenza. Invitiamo poi i collaboratori a trasferire le conoscenze e ad applicare subito le competenze apprese durante i corsi e i seminari, condividendole con i colleghi nel loro contesto lavorativo.

A seconda del paese in cui si trovano, i nostri collaboratori possono accedere fino a 300 corsi, che stiamo ampliando e aggiornando sistematicamente. Ci orientiamo alle esigenze di apprendimento e ai bisogni dei nostri dipendenti, in continua evoluzione. Negli ultimi due esercizi finanziari 2022/23 e 2023/24, abbiamo implementato nuovi programmi di apprendimento, ad esempio sui seguenti temi: "dmGPT - Unser digitaler Helfer" (dmGPT - Il nostro aiutante digitale), "eCommerce-Logistik: Der Online-Handel im Fokus" (Logistica dell'eCommerce: focus sul commercio online), "Express-Lieferung" (Consegna Express), "Demeter-Botschafter: in" (Ambasciatori Demeter) e la legge tedesca sulla Due Diligence aziendale nella supply chain (Lieferkettensorgfaltspflichtengesetz, LkSG). I programmi di apprendimento digitale esistenti come ad esempio "Alles rund um die Entsorgung und Wertstoffe" (Smaltimento dei rifiuti e materiali riciclabili a 360°) e "Datenschutz und IT-Sicherheit" (Protezione dei dati e sicurezza IT) sono stati aggiornati in modo significativo. Oltre alle opportunità di apprendimento a livello nazionale, dall'esercizio finanziario 2023/24, l'HR Internazionale, reparto Cultura e Sviluppo offre corsi di formazione a livello di Gruppoi, dedicati ad argomenti quali project management, change management, gestione dei processi aziendali, sviluppo organizzativo e collaborazione interculturale. L'obiettivo è creare sinergie e prepararci al meglio per il futuro.

Consideriamo lo sviluppo dei talenti un contributo importante per la futura sostenibilità del nostro Gruppo: investendo nel loro crescita e valorizzando i nostri punti di forza, possiamo infatti continuare ad adattarci alle nuove sfide, sfruttare in modo efficace le innovazioni e affrontare la carenza di personale specializzato. Per noi, il talento è la fusione di passione, competenze e capacità di rispondere alle esigenze del team. Tutti i collaboratori hanno quindi l'opportunità di crescere personalmente e professionalmente e di contribuire con i propri punti di forza all'interesse dell'intera azienda.

Offriamo un'ampia gamma di opportunità di crescita, per raggiungere sempre maggiori responsabilità di gestione del personale e leadership. I nostri collaboratori possono scegliere tra un'offerta in continua evoluzione di opportunità di apprendimento per ampliare le proprie capacità di leadership, sviluppare il proprio potenziale e vivere esperienze di confronto con se stessi e con gli altri. Il sottogruppo dm Austria sta attualmente lavorando a un programma strategico di formazione e sviluppo per i manager, che si basa sulle esigenze e sulle competenze per il futuro richieste ai leader del settore dei negozi di prodotti parafarmaceutici, cosmetici e per la casa, sulla cultura aziendale, sulla strategia di differenziazione e sulle dichiarazioni di intenti.

In Italia, l'ufficio del personale mette a disposizione due volte all'anno per tutti i collaboratori il catalogo formativo aggiornato con i corsi e-learning previsti, i webinar online e gli eventi in presenza.

300

moduli formativi

disponibili su dm Lernwelt per i nostri collaboratori.

Attraverso il nostro dm-Lernwelti,tutti i collaboratori possono fruire dell'offerta formativa in modo flessibile senza vincoli di tempo e luogo.

Numeri chiave in sintesi

Tabella 4.1: Andamento del numero dei collaboratori dm

	Gruppo dm		dm Italia	
Esercizio	**2022/23**	**2023/24**	**2022/23**	**2023/24**
Numero di collaboratori	74.021	84.409	755	875
Numero di collaboratori con contratti di formazione	5.222	5.660	35	54
Totale*	**79.243**	**90.069**	**790**	**929**

*Situazione al 30/09/2024. La base di calcolo per questo report è riferita a tutti i rapporti di lavoro, cioè ai collaboratori attivi e inattivi. (Nota generale valida per tutte le tabelle)

Tabella 4.2: Collaboratori per tipo di contratto e genere

	Gruppo dm		dm Italia	
Esercizio	**2022/23**	**2023/24**	**2022/23**	**2023/24**
A tempo indeterminato	**63.804**	**70.586**	**514**	**600**
donne	56.183	61.938	419	498
uomini	7.616	8.638	95	102
altro*	5	10	0	0
A tempo determinato	**10.287**	**13.923**	**241**	**275**
donne	8.853	11.798	204	237
uomini	1.428	2.113	37	38
altro*	6	12	0	0

*Collaboratori che preferiscono non specificare il proprio genere.

Tabella 4.3: Collaboratori per rapporto di lavoro e genere

	Gruppo dm		dm Italia	
Esercizio	**2022/23**	**2023/24**	**2022/23**	**2023/24**
Full-time	**24.551**	**26.039**	**308**	**358**
donne	18.810	19.922	227	268
uomini	5.741	6.117	81	90
altro*	0	0	0	0
Part-time	**49.540**	**58.470**	**447**	**517**
donne	46.226	53.814	396	467
uomini	3.303	4.634	51	50
altro*	11	22	0	0
Con contratti di formazione**	**5.152**	**5.560**	**35**	**54**
donne	4.622	5.021	30	46
uomini	525	526	5	8
altro*	5	13	0	0

*Collaboratori che preferiscono non specificare il proprio genere.
**Collaboratori con contratto di formazione, esclusi gli stagisti e gli studenti lavoratori in dm Germania.

	Gruppo dm		dm Italia	
Esercizio	**2022/23**	**2023/24**	**2022/23**	**2023/24**
Con contratti di formazione**	**5.152**	**5.560**	**35**	**54**
donne	4.622	5.021	30	46
uomini	525	526	5	8
altro*	5	13	0	0

*Collaboratori che preferiscono non specificare il proprio genere.
**Collaboratori con contratto di formazione, esclusi gli stagisti e gli studenti lavoratori in dm Germania.

Tabella 4.4: Numero di collaboratori in media e in equivalenti a tempo pieno

	Gruppo dm*		dm Italia	
Esercizio	**2022/23**	**2023/24**	**2022/23**	**2023/24**
Numero medio di collaboratori	5.749	6.486	712	809
Numero di collaboratori in equivalenti a tempo pieno	53.674	57.578	623	721
Numero medio di collaboratori in equivalenti a tempo pieno	3.861	4.152	574	430

*Esclusa dm Polonia.

Tabella 4.5: Cessazioni

	Gruppo dm*		dm Italia	
Esercizio	**2022/23**	**2023/24**	**2022/23**	**2023/24**
Numero di cessazioni	16.683	20.292	340	315

*Esclusa dm Polonia.

Tabella 4.6: Collaboratori tutelati da contrattazione collettiva e con tutela sindacale

	Gruppo dm*		dm Italia	
Esercizio	**2022/23**	**2023/24**	**2022/23**	**2023/24**
Collaboratori tutelati da contrattazione collettiva e con tutela sindacale	78,6 %	79,6 %	100%	100%
di cui nello SEE	100 %	100 %	100%	100%
di cui non nello SEE	0 %	0 %	-	-
Percentuale di collaboratori con tutela sindacale	74,3 %	75,2 %	0%	0%

*Esclusa dm Polonia.

SEE: dm Bulgaria, dm Germania, dm Italia, dm Croazia, dm Polonia, dm Romania, dm Slovacchia, dm Slovenia, dm Repubblica Ceca, dm Ungheria e dm Austria

Non SEE: dm Bosnia ed Erzegovina, dm Serbia e dm Macedonia del Nord

Tabella 4.7: Direzione

	Gruppo dm*		dm Italia	
Esercizio	**2022/23**	**2023/24**	**2022/23**	**2023/24**
Collaboratori della direzione	71	74	4	5
Numero di donne	34	36	0	1
Numero di uomini	37	38	4	4
Percentuale di persone che preferisce non specificare il proprio genereproprio genere	0	0	0	0
Percentuale di donne	47,9 %	48,6 %	0,0%	20,0%
Percentuale di uomini	52,1 %	51,4 %	100,0%	80,0%
Percentuale di persone che preferisce non specificare il proprio genere	0 %	0 %	0%	0%

*Esclusa dm Polonia.

Tabella 4.8: Struttura per età

	Gruppo dm*		dm Italia	
Esercizio	**2022/23**	**2023/24**	**2022/23**	**2023/24**
Collaboratori di età inferiore a 30 anni	31,6 %	31,9 %	48,0%	46,4%
Collaboratori di età compresa tra 30 e 50 anni	56,9 %	56,2 %	45,6%	46,0%
Collaboratori di età superiore a 50 anni	11,5 %	11,9 %	6,5%	7,6%

*Esclusa dm Polonia.

Tabella 4.9: Collaboratori tutelati dal salario minimo

	Gruppo dm*		dm Italia	
Esercizio	**2022/23**	**2023/24**	**2022/23**	**2023/24**
Percentuale di collaboratori tutelata dal salario minimo	100 %	100 %	100 %	100 %

*Esclusa dm Polonia.

Tabella 4.10: Collaboratori con disabilità e assimilabili

	Gruppo dm*		dm Italia	
Esercizio	**2022/23**	**2023/24**	**2022/23**	**2023/24**
Collaboratori con disabilità e assimilabili	2.178	2.211	19	30
Collaboratori con disabilità e assimilabili in percentuale	1,5 %	1,5 %	2,4%	3,2%

*Esclusa dm Polonia.

Tabella 4.11: Ore medie di formazione dei collaboratori

	Gruppo dm*		dm Italia	
Esercizio	**2022/23**	**2023/24**	**2022/23**	**2023/24**
Ore di formazione a persona all'anno	7,8	8,2	4,1	2,5

*Esclusa dm Polonia.

Tabella 4.12: Sicurezza sul lavoro

	Gruppo dm*		dm Italia	
Esercizio	**2022/23**	**2023/24**	**2022/23**	**2023/24**
Copertura dei collaboratori con un sistema di sicurezza sul lavoro	100 %	100 %	100%	100%
Numero di morti per infortuni sul lavoro	0	0	0	0
Numero di incidenti soggetti a obbligo di denuncia	655	957	20	17
Tasso di infortuni soggetti a obbligo di denuncia per mille collaboratori	7,9	7,8	16,0	11,0
Numero di giorni di assenza a causa di infortuni e malattie legate al lavoro	25.948	26.673	482	180

*Esclusa dm Polonia.

Tabella 4.13: Congedo (straordinario) per motivi familiari

	Gruppo dm*		dm Italia	
Esercizio	**2022/23**	**2023/24**	**2022/23**	**2023/24**
Collaboratori con diritto di congedo (straordinario) per motivi familiari	100 %	100 %	100%	100%
Collaboratori che hanno usufruito di un congedo (straordinario) per motivi familiari*	11,5 %	11,3 %	12,2%	13,2%
di cui uomini**	0,8 %	0,6 %	1,1%	1,4%
di cui donne**	10,3 %	11,8 %	12,1%	13,2%

*Esclusa dm Polonia.
**Escluse dm Germania e dm Polonia

Esempi di iniziative e progetti

Un approccio innovativo alla consulenza

In dm Germania abbiamo sviluppato un nuovo programma completo di apprendimento misto intitolato “Beratung anders leben” (Un approccio innovativo alla consulenza), che comprende corsi digitali, eventi in presenza e opportunità di scambio. Grazie alla struttura modulare, gli studenti possono lavorare sulle loro competenze individuali di consulenza, sviluppando ulteriori competenze importanti per il futuro. Il contenuto del nostro programma di apprendimento si concentra sull’importanza e sui valori della consulenza ai clienti in dm, nonché sulla consulenza nel contesto della vendita al dettaglio omnichannel e dei servizi digitali, i nostri collaboratori acquisiscono le competenze necessarie per svolgere le loro mansioni quotidiane in modo più efficace.

Con il programma “Beratung anders leben”, i collaboratori dei negozi dm hanno l’opportunità di acquisire nuove conoscenze nell’ambito della consulenza ai clienti.

Iniziativa “Ideenschmiede Zukunftsfähigkeit”

In dm, plasmiamo insieme il nostro futuro. Questo è stato il motto del concorso internazionale “Ideenschmiede Zukunftsfähigkeit” (Fucina di idee sulla sostenibilità), che nel corso dell’anno fiscale 2023/24 ha messo al centro la salute dei nostri dipendenti. Durante le Settimane del Benessere del 2023, sono state presentate circa 250 idee che saranno fondamentali per lo sviluppo dei futuri programmi focalizzati su questo tema.

Laboratori di arte e cultura per i nostri collaboratori in formazione

Arte e cultura sono parte integrante della formazione dei nostri apprendisti e studenti. Il format, presente solo in alcuni paesi del Gruppo, prevede un laboratorio teatrale di otto giorni condotto da registi, attori ed esperti di pedagogia teatrale, che culmina in uno spettacolo dal vivo, a cui sono invitati amici, familiari e colleghi. I partecipanti esplorano e approfondiscono temi legati alla lingua, all’arte e alla cultura, e nel farlo scoprono abilità personali che possiedono ma che spesso non esprimono al meglio. Per intraprendere questa avventura, è necessario essere aperti alle novità e avere coraggio. Alla fine, oltre che dagli applausi, vengono premiati anche dalla consapevolezza di essere riusciti a superare la sfida proposta.

Bootcamp Zukunftsfähigkeit

Nell’esercizio 2023/24, oltre 570 collaboratori di dm Germania, insieme ai colleghi addetti alla sostenibilità del sottogruppo dm Austria, hanno partecipato al Bootcamp Zukunftsfähigkeit (Bootcamp sulla sostenibilità). L’obiettivo dell’evento era quello di far conoscere ai collaboratori in tutto il Gruppo dm temi come l’edilizia sostenibile, l’economia circolare e i diritti umani, che sono stati affrontati nel corso di oltre 21 presentazioni, da esperti interni ed esterni.

Abenteuer Weitblick: l’approccio alla formazione in dm Germania

1. Nel primo anno, l’attenzione si concentra sul tema “Abenteuer Zusammenarbeit” (L’avventura di collaborare), che viene sviluppato tramite offerte digitali.

Il piacere di lavorare e un forte spirito di collaborazione si vivono concretamente nella nostra formazione.

Attribuiamo particolare importanza al legame tra i contenuti digitali e i compiti quotidiani della vita lavorativa.

2. Il focus su “Abenteuer Handel” (L’avventura del commercio) offre agli apprendisti del secondo anno di formazione l’opportunità di immergersi profondamente in un vero ambiente lavorativo e prepararsi al meglio ai possibili cambiamenti che coinvolgeranno la loro professione futura.

3. I laboratori teatrali sono denominati “Abenteuer Kultur” (L’avventura della cultura) e fanno parte della formazione di tutti gli apprendisti e gli studenti della nostra azienda. Questi, affiancati da artisti professionisti, mettono in scena uno spettacolo teatrale per otto giorni. L’obiettivo del laboratorio è promuovere lo scambio di idee e la capacità di confrontarsi con situazioni ignote.

4. Nell’ambito di “Abenteuer Zukunft” (L’avventura del futuro), gli apprendisti al secondo anno di formazione scelgono un tema appartenete al loro ambiente professionale o sociale che vorrebbero cambiare attivamente e, al terzo anno di apprendistato, sviluppano idee concrete su come apportare i cambiamenti. Se le loro proposte risultano convincenti, possono continuare a lavorare attivamente su di esse, implementando le loro idee.

Gli apprendisti potenziano il loro sviluppo personale esibendosi sul palco e acquisendo esperienze preziose.

Nell'ambito della formazione, i nostri apprendisti vengono supportati in modo individuale e possono soddisfare il proprio desiderio di apprendimento personale.

"future.zone": il nuovo programma di formazione di dm Austria

"future.zone" è un programma di formazione professionale trasversale e di sviluppo personale disponibile per tutti gli apprendisti di dm Austria. Sulla dm-Lernwelt, è possibile prenotare i singoli moduli in modo flessibile e personalizzato in base al livello di formazione e alle attuali esigenze di apprendimento.

„future.talent"
In questo modulo di benvenuto, gli apprendisti possono contare su diverse iniziative di supporto durante il loro primo anno (o nei primi sei mesi) di formazione, mentre si ambientano e familiarizzano con dm, rafforzando così la collaborazione tra apprendisti e formatori.

„future.life"
Si tratta di giornate di progetti dedicati alla società e all'ambiente, in cui gli apprendisti si mettono alla prova uscendo dalla loro comfort zone. I futuri collaboratori sviluppano così consapevolezza e sensibilità verso le questioni ecologiche e sociali, acquisendo al contempo un metodo di lavoro autonomo

„future.art"
In questo modulo, gli apprendisti partecipano a diversi laboratori artistici e culturali, affrontando in modo libero e personale i vari temi proposti. L'attività artistica consente un approccio diverso al lavoro cognitivo, ad esempio alla ricerca di soluzioni creative, e promuove lo sviluppo di capacità percettive ed espressive.

„future.competence"
Il futuro richiederà competenze diversificate. Pertanto, anche il livello di sviluppo e formazione degli apprendisti deve essere differenziato. Grazie agli argomenti specifici trattati, i programmi costituiscono un'importante risorsa per i progetti di sviluppo delle competenze trasversali.

Il programma di formazione di dm Slovacchia

In Slovacchia, siamo impegnati nella formazione duale da dodici anni. Il coinvolgimento partecipato nelle attività e l'acquisizione di esperienze nel processo è l'idea principale alla base del nostro approccio di formazione, che implementiamo in tre programmi di studio duali: Impiegato/a nel commercio, Addetto/a alle vendite per il commercio al dettaglio e Scuola media superiore a indirizzo commerciale. Siamo impegnati nell'apprendimento orientato all'esperienza e nella cura del benessere mentale dei nostri apprendisti. Attraverso il workshop "Wie entwickle ich mein Selbst" (Come sviluppo il mio io), ad esempio, li aiutiamo a riconoscere le emozioni, a capire meglio gli altri quando comunicano e a comprendere in che modo le loro emozioni influenzino le persone intorno a loro. Allo stesso tempo, sosteniamo e formiamo gli apprendisti nelle aree chiave delle competenze professionali e personali, in particolare per quanto riguarda quattro competenze: comunicazione, collaborazione, creatività e pensiero critico. Un altro elemento fondamentale della formazione duale è l'utilizzo di diverse forme artistiche nel percorso di crescita e apprendimento.

Oltre alle competenze tecniche necessarie nei rispettivi percorsi di studio, durante la formazione ci concentriamo sull'importanza di un'interazione rispettosa. Inoltre, offriamo opportunità per lo sviluppo sia artistico che personale.

Catene del valore responsabili

Ci prendiamo cura del benessere delle persone che lavorano lungo le nostre catene del valore.

Dalla teoria alla pratica

Impatto, rischi e opportunità

Oltre alla responsabilità nei confronti dei nostri collaboratori (vedere il sottocapitolo “Ambiente di lavoro dinamico”), ci impegniamo a migliorare le condizioni di lavoro lungo le nostre catene del valore, a salvaguardare e promuovere i diritti umani e del lavoro e a prevenire le violazioni di tali diritti.

Il nostro impegno pluriennale nella creazione di un ambiente di lavoro sicuro e nella tutela della salute ha un impatto positivo sulle condizioni lavorative delle popolazioni locali, sia nei luoghi di origine delle materie prime, sia nei luoghi in cui sono ubicati gli stabilimenti di produzione. Al di fuori dell’Europa, il rischio di condizioni di lavoro inique e di diritti dei lavoratori non rispettati lungo le nostre catene del valore a monte e a valle è particolarmente elevato. Condizioni di lavoro inadeguate, come orari troppo prolungati, la mancata retribuzione di un salario dignitoso, una tutela sanitaria insufficiente, una scarsa prevenzione e l’inquinamento nelle aree di lavoro o in prossimità di esse, influiscono direttamente sulla salute dei lavoratori. C’è inoltre il rischio che vengano violati i diritti umani, specialmente in relazione al lavoro minorile e a quello forzato.

Per noi, le partnership di lunga data e basate sulla fiducia rappresentano un’opportunità, in quanto ci permettono di affrontare eventuali problematiche di questo tipo. La stretta collaborazione personale, regolamentata da certificazioni lungo le catene del valore, crea un legame e rappresenta un esempio tangibile dei nostri valori, nel rispetto del Codice di sostenibilità dm. Anche soddisfare i requisiti del commercio equo e solidale genera un impatto positivo sui nostri collaboratori, sui nostri clienti e sulla nostra reputazione, sia nel medio che nel lungo periodo.

Per noi, la violazione dei valori di dm, associata al mancato rispetto degli obblighi di diligenza in materia ambientale o dei diritti umani, rappresenta un potenziale rischio. Da un lato, questo è in profondo contrasto con il nostro impegno ad assumerci la responsabilità sociale lungo le nostre catene del valore. Dall’altro, tali violazioni possono avere conseguenze pecuniarie a causa della nuova legislazione europea relativa al dovere di diligenza delle imprese per la sostenibilità e per eventuali infrazioni al Regolamento generale sulla protezione dei dati (GDPR). In aggiunta ai rischi già menzionati, esiste anche un rischio reputazionale, poiché potrebbero verificarsi incidenti legati alla salute e alla sicurezza dei lavoratori lungo le catene del valore, nonché violazioni degli standard lavorativi e sociali.

Il nostro approccio: strategia, obiettivi e misure

Abbiamo una posizione chiara per quanto riguarda i diritti umani: siamo responsabili nei confronti delle persone che lavorano per noi lungo le nostre catene del valore. In particolare, siamo attenti alle condizioni di lavoro e di produzione. Ci impegniamo a tenere conto dei framework riconosciuti a livello internazionale, rispettando però anche le identità culturali e le peculiarità regionali. Lo stesso vale per le nostre catene del valore a valle.

Garanzia di partnership a lungo termine e sostenibili con i partner commerciali diretti: nei contratti di partnership, definiamo e integriamo i nostri requisiti in materia di standard sociali e ambientali. Questi includono il Codice di sostenibilità del marchio dm e l’accordo supplementare ai sensi della legge tedesca sulla “Due Diligence aziendale nella supply chain” (Lieferkettensorgfaltspflichtengesetz, LkSG).

Rispetto degli obblighi di diligenza lungo la catena del valore: ci aspettiamo, da tutti i nostri collaboratori e partner, il rispetto dei diritti umani. Questo è fondamentale in particolare durante la fase di sviluppo dei prodotti a marchio dm e in quella di coltivazione ed estrazione delle materie prime per loro necessarie. L’obiettivo è promuovere ulteriormente la nostra responsabilità in materia ambientale e di diritti umani, agendo sulla base dei rischi noti. Le misure ambientali sono descritte nel capitolo “Agire in armonia con la natura”.

Ci prendiamo cura del benessere delle persone, che lavorano lungo le nostre catene del valore.

Coinvolgimento lungo l’intera catena del valore: il nostro obiettivo è rafforzare i diritti e le condizioni di lavoro dei collaboratori delle catene del valore direttamente in loco. Ad esempio, siamo coinvolti in iniziative e progetti specifici che migliorano le condizioni di lavoro delle popolazioni locali.

Tracciabilità dei prodotti dalla loro origine: vogliamo fornire ai clienti trasparenza sulle nostre catene del valore al momento dell’acquisto dei prodotti. A tal fine, stiamo estendendo il dm-Produktweg (Percorso produttivo di dm) a nuovi prodotti, rendendo nota la mappatura di ogni step fino a risalire all’origine delle materie prime di un certo prodotto.

Garanzia di partnership a lungo termine e sostenibili con i partner commerciali diretti

Obiettivo	Misure
Entro la fine del 2025 il 100% degli attuali partner di produzione avrà sottoscritto il Codice di sostenibilità dm.	Integrazione del Codice di sostenibilità come componente vincolante dei nuovi contratti con i fornitori dei marchi dm. Integrazione obbligatoria del Codice di sostenibilità nell’aggiornamento dei vecchi contratti.

Rispetto degli obblighi di diligenza lungo la catena del valore	
Obiettivo	**Misure**
Vogliamo garantire il rispetto dei diritti umani e del lavoro lungo la catena del valore e rendere il processo il più trasparente possibile.	Implementazione e ulteriore sviluppo di un sistema completo di gestione del rischio. Monitoraggio dei partner commerciali diretti per quanto riguarda i rischi potenziali nelle catene del valore e implementazione di controlli efficaci. Implementazione di misure preventive e correttive per migliorare il rispetto dei diritti umani lungo le catene del valore e ridurre al minimo i rischi. Definizione di standard sociali riconosciuti come componente obbligatoria dei contratti con i fornitori per i prodotti a marchio dm. Utilizzo di materie prime certificate in conformità con la nostra strategia relativa alle materie prime (con particolare attenzione agli aspetti sociali, ad esempio per olio di palma, cotone, caffè, cacao e mica). Ulteriore sviluppo e implementazione di un sistema di segnalazione anonima. Formazione dei collaboratori.

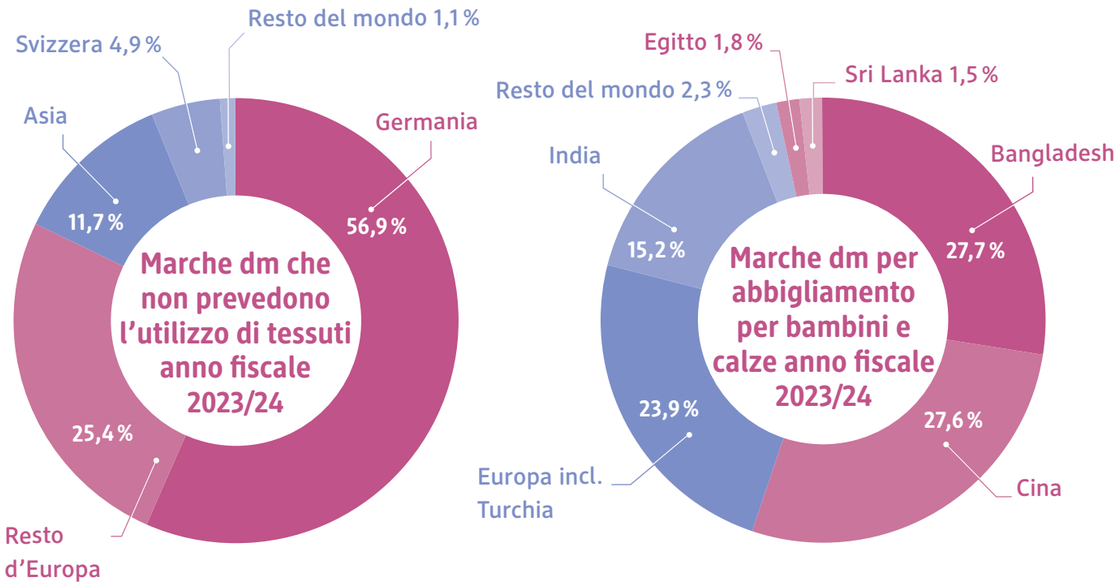
Coinvolgimento lungo l’intera catena del valore	
Obiettivo	**Misure**
Il nostro obiettivo è rafforzare i diritti dei lavoratori direttamente in loco e condurre campagne per migliorarne le condizioni di lavoro.	Partecipazione a iniziative per migliorare gli obblighi di diligenza relativi ai diritti umani lungo la catena del valore. Implementazione di progetti che migliorano le condizioni di lavoro delle popolazioni locali.

Tracciabilità dei prodotti dalla loro origine	
Obiettivo	**Misure**
Vogliamo fornire ai clienti trasparenza sulle nostre catene del valore al momento dell’acquisto dei prodotti.	Continuo ampliamento del dm-Produktweg (Percorso produttivo di dm) con ulteriori articoli e nuove linee di prodotti.

Collaborare con i partner in uno spirito di fiducia

In totale, per i nostri marchi dm lavoriamo con circa 360 partner di produzione (dati aggiornati a settembre 2024), tutti con sede in Europa e il 76% in Germania. Ci assicuriamo che le nostre catene del valore siano più corte possibile e privilegiamo le materie prime provenienti dalla Germania o dall’Europa, il che migliora la trasparenza dei nostri prodotti e delle loro condizioni di produzione, nonché le nostre possibilità di controllo e di influenza.

Diagramma 4.2: percentuale di marche dm in base al volume delle vendite per paese di produzione



Si intenda come paese di produzione il paese in cui avviene la maggior parte della creazione del valore.

Per i volumi di vendita delle marche dm, ad eccezione dei prodotti tessili, sono stati presi in considerazione gli articoli a scaffale escludendo gli articoli in promozione. Per i prodotti tessili è stato preso in considerazione l’intero assortimento, poiché una parte significativa di essi viene sostituita stagionalmente e messa in promozione.

Per dmBio si applica quanto segue: in linea di principio, per dmBio è stato tenuto in considerazione il luogo di produzione. Per i prodotti con materie prime provenienti da paesi diversi o per i prodotti con più fasi di lavorazione in paesi differenti, è stato considerato il luogo di confezionamento (ad esempio per il mix di anacardi e mirtilli rossi). Per i prodotti che utilizzano una sola materia prima, è stato indicato il paese di origine della materia prima e non il luogo di confezionamento.

Possiamo influire in modo molto rilevante sulla scelta dei partner con cui intratteniamo rapporti commerciali diretti e decidere come strutturare la collaborazione con loro. I contratti con i nostri fornitori costituiscono la base vincolante di queste collaborazioni. In particolare, per quanto riguarda le nostre marche dm, stipuliamo contratti di lunga durata, assicurando ordini sul lungo periodo, siamo in costante dialogo con i nostri fornitori e conosciamo le persone che sono coinvolte nel processo di produzione. Questo ci permette di avere un impatto positivo sulle condizioni ambientali e lavorative di ciascun luogo, soprattutto per quanto riguarda i paesi di origine e di produzione al di fuori dell'UE. In merito al rispetto della legge tedesca sulla "Due Diligence aziendale nella supply chain" (Lieferkettensorgfaltspflichtengesetz, LkSG), stipuliamo accordi aggiuntivi con i nostri partner, basati sui rischi identificati, al fine di garantire il rispetto delle normative e promuovere ulteriori miglioramenti.

Il Codice di sostenibilità per le marche dm

Nel Codice di sostenibilità di dm, abbiamo delineato le nostre aspettative nei confronti dei partner di produzione delle marche dm. Questo codice si applica non solo ai nostri partner commerciali diretti, ma anche alle aziende subappaltatrici e ai fornitori a monte da loro incaricati.

Il rispetto dei diritti umani e degli standard lavorativi è per noi imprescindibile. Le modalità di produzione e di lavoro devono essere conformi alle convenzioni dell'Organizzazione internazionale del lavoro (ILO), al Patto mondiale delle Nazioni Unite, alle linee guida dell'OCSE e alla Dichiarazione Universale dei Diritti Umani delle Nazioni Unite, e, in caso di difformità, devono rispettare sempre i requisiti più severi. Questi includono il divieto di lavoro minorile e forzato, il divieto di discriminazione, nonché il diritto a un reddito adeguato e a un posto di lavoro sicuro.

Ci aspettiamo che i nostri partner di produzione ci sostengano nel conseguimento dei nostri obiettivi di sostenibilità ambientale e che si impegnino attivamente a supportarli. Questo vale in particolare per la conservazione delle risorse, l'approvvigionamento delle materie prime e del loro utilizzo, la conservazione della biodiversità, il benessere degli animali e la tutela ambientale.

Il 94% dei nostri partner di produzione ha firmato il nostro Codice di sostenibilità.

Dal 2020, il Codice di sostenibilità è una componente vincolante dei nuovi contratti con i fornitori del marchio dm. A settembre 2024, il 94% dei nostri partner di produzione per gli articoli a marchio dm aveva già firmato il Codice di sostenibilità. Per quanto riguarda il settore tessile, il Codice è stato sottoscritto dal 100% dei nostri partner.

Tutti i contratti stipulati con questi 50 partner di produzione nel settore tessile stabiliscono inoltre che i prodotti devono avere una certificazione GOTS (Global Organic Textile Standard), o almeno la certificazione OEKO-TEX Standard 100. Gli stabilimenti di produzione lungo tutta la catena del valore devono invece essere in possesso della certificazione "Business Social Compliance Initiative" (BSCI) o, alternativamente, della certificazione SA8000. Le relazioni commerciali con gli stabilimenti di produzione tessile sono inoltre basate su un Codice di condotta specifico per questo settore, che include il rispetto degli standard sociali e lavorativi internazionali.

Ci impegniamo a rispettare i nostri obblighi di diligenza

Il nostro sistema integrato di gestione del rischio documenta i nostri obblighi di diligenza relativi ai diritti umani e all'ambiente, assicurandone l'attuazione. Questo include analisi annuali e ad hoc dei rischi nelle catene del valore, la definizione di misure preventive e correttive basate su tali analisi e un sistema di segnalazione basato sul web e accessibile a tutti gli stakeholder. Il nostro sistema di gestione del rischio definisce i principi, i processi, le responsabilità, le misure e i meccanismi di controllo e comunicazione. L'organizzazione e lo sviluppo continuo del nostro sistema di gestione dei rischi sono coordinati centralmente da dm Germania per l'intero Gruppo dm.

Mediante l'implementazione di misure preventive, possiamo migliorare il rispetto dei diritti umani lungo le nostre catene del valore e ridurre al minimo i rischi. Per l'acquisto di prodotti a marchio dm che contengono materie prime a rischio, abbiamo inoltre sviluppato strategie con obiettivi di approvvigionamento e certificazione (vedere il sottocapitolo "Biodiversità"). Queste riguardano, ad esempio, materie prime come l'olio di palma, il cotone, il caffè, il cacao e la mica.

Per quest'ultima, che viene impiegata nei cosmetici, sono previste, ad esempio, norme molto rigorose. Poiché nelle catene del valore sussiste un elevato rischio di violazioni dei diritti umani, in particolare per quanto riguarda il lavoro minorile, per la mica presente nei prodotti a marchio dm esigiamo il rispetto di standard molto elevati. Oltre ai requisiti del Codice di sostenibilità, i partner di produzione devono dimostrare che l'approvvigionamento avviene da fonti legittime e che non viene fatto ricorso al lavoro minorile. Inoltre, devono far parte dell'iniziativa "Responsible Mica Initiative" (RMI) o avere rapporti di audit aggiornati.

Per dmBio, documentiamo sistematicamente le origini e le fonti delle materie prime a rischio nei paesi critici per ridurre al minimo le problematiche, ad esempio attraverso un'adeguata certificazione delle materie prime stesse. Stiamo ampliando la nostra collaborazione con Fairtrade per migliorare le condizioni di vita e di lavoro dei produttori del Sud del

mondo, per promuovere una produzione più sostenibile e relazioni commerciali più eque. Attualmente, 43 articoli del nostro assortimento dmBio sono certificati Fairtrade. Anche i prodotti stagionali che contengono materie prime critiche, ad esempio il cacao nei prodotti natalizi e pasquali, sono per la maggior parte certificati Fairtrade (53 prodotti nell'esercizio finanziario 2023/24).
In altri casi, ci affidiamo alla certificazione Rainforest Alliance. Ci proponiamo di applicare le nostre strategie di approvvigionamento anche per i marchi industriali e di implementarle insieme ai nostri partner.

Il 1° gennaio 2023 abbiamo pubblicato per la prima volta una "Dichiarazione sui principi in materia di Diritti Umani" (vedere la nostra pagina dm-drogeriemarkt.it/rispettodeidirittiumani) e l'abbiamo messa a disposizione dei nostri partner e collaboratori. Allo stesso tempo, abbiamo implementato un sistema di segnalazione web-based, riservato e anonimo, disponibile in oltre 20 lingue, che è accessibile agli stakeholder in ogni paese in cui opera dm. A seguito di un'analisi dei rischi, abbiamo anche stipulato accordi contrattuali con i nostri partner per garantire che la pubblicazione di questi canali di comunicazione sia evidente nelle catene

La nostra politica sul rispetto dei diritti umani

del valore più profonde.

Tra le nostre misure preventive rientrano anche corsi di formazione interni, sia online che in presenza, che devono essere obbligatoriamente completati almeno una volta da tutti i collaboratori che si occupano della selezione dei partner. In questo modo, vogliamo aumentare la consapevolezza interna riguardo ai rischi legati ai

Il nostro Caffè de Peru dmBio è certificato Fairtrade.

diritti umani nel proprio ambito di lavoro. Il programma di formazione è disponibile per tutti i collaboratori, con oltre 5.000 partecipazioni totali a livello di Gruppo registrate nell'anno fiscale 2023/24. Oltre alla formazione, tra le nostre misure di riduzione del rischio rientrano gli audit direttamente sul campo, nonché la richiesta di certificati e report. Stabiliamo con i nostri partner meccanismi di controllo garantiti contrattualmente, come ad esempio controlli interni negli stabilimenti di produzione o i programmi di formazione digitale su aspetti specifici della "Due Diligence aziendale nella supply chain". Le eventuali misure di miglioramento necessarie vengono definite congiuntamente.

I risultati del meccanismo di segnalazione e l'analisi annuale, supportata da un software e basata sugli eventi dei dati dei nostri partner, sulle statistiche e sugli indici di rischio esterni, vengono integrati nella nostra valutazione dei rischi. Questi elementi contribuiscono inoltre all'ulteriore sviluppo dei nostri processi di "Due Diligence" in materia ambientale e di diritti umani. Verifichiamo continuamente l'efficacia delle nostre misure e della nostra procedura di segnalazione. Ciò include, ad esempio, il monitoraggio dell'efficiacia delle formazioni, l'esecuzione di audit ad hoc e il monitoraggio degli indicatori di performance (Key Performance Indicators, KPI) per misurare l'efficacia delle misure adottate.

Insieme, possiamo fare di più tenendo le persone al centro

Siamo convinti che la collaborazione consenta di aumentare l'influenza che le aziende possono esercitare per ottenere cambiamenti significativi. Per questo motivo, supportiamo iniziative che abbiano un impatto positivo sui lavoratori nelle catene del valore.
Ciò include la collaborazione con la Deutsche Gesellschaft für internationale Zusammenarbeit (Società tedesca per la cooperazione internazionale, GIZ) e la partecipazione all'Arbeitsgruppe des deutschen Einzelhandels zu existenzsichernden Einkommen und Löhnen (Gruppo di lavoro del settore del commercio al dettaglio tedesco sui salari equi e sostenibili). Lavoriamo inoltre con l'Initiative Industrie und Handel (Iniziativa industria e commercio, IIH) e GS1, affrontando insieme temi come la trasparenza nelle catene del valore e il rispetto della legge tedesca sulla "Due Diligence aziendale nella supply chain". L'implementazione e l'efficacia dei rispettivi progetti e misure sono documentate in report periodici, nei quali vengono delineati nel dettaglio i pacchetti di lavoro e i relativi obiettivi. In questo modo, garantiamo il raggiungimento degli obiettivi concordati e la possibilità di intraprendere azioni correttive in caso di mancato raggiungimento o non conformità.

GOTS

Informazioni sullo standard e sulla certificazione.

Inoltre, per noi è fondamentale una collaborazione stabile con i partner di produzione extraeuropei. Questo rappresenta il presupposto ideale per migliorare le condizioni di lavoro e, in alcuni casi, la qualità della vita delle persone. Attraverso l'implementazione dei progetti sul campo, possiamo tutelare e promuovere i diritti dei lavoratori lungo le catene del valore.

Tutti insieme possiamo amplificare il nostro impatto.

Come misura preventiva, le certificazioni possono anche contribuire a ridurre al minimo i rischi nelle catene del valore a monte e a promuovere il miglioramento delle condizioni di lavoro. Queste, infatti, stabiliscono standard chiari e aumentano la trasparenza. Ad esempio, circa il 96% degli articoli ALANA (disponibili solo presso dm Germania) reca il sigillo GOTS (Global Organic Textile Standard), segno di elevati standard ecologici e sociali nella produzione tessile. Le certificazioni GOTS sostengono attivamente il miglioramento delle condizioni sociali di vita lungo le catene del valore. La conformità a criteri rigorosi garantisce il pagamento di salari equi, la creazione di condizioni di lavoro sicure e il rispetto dei diritti dei collaboratori. Questo non solo promuove il loro benessere, ma rafforza anche la fiducia dei nostri clienti nei confronti del marchio ALANA. Anche la certificazione "Global Recycled Standard" (certificazione GRS), che abbiamo introdotto per la prima volta nel 2024, contribuisce a migliorare le condizioni sociali di vita, garantendo l'approvvigionamento e la lavorazione responsabile dei materiali riciclati e rispettando al contempo gli standard sociali. Oltre che per i nostri marchi di prodotti tessili per bambini, utilizziamo la certificazione GRS anche per altre marche dm, come ad esempio Profissimo.

In viaggio con i prodotti

Il servizio di trasparenza “dm-Produktweg“ (Percorso produttivo di dm) consente di conoscere l’origine e la filiera produttiva dei prodotti a marchio dm: attualmente, circa il 41% delle calze Fascino può essere tracciato attraverso questo servizio, come anche la biancheria mestruale Jessa e alcuni prodotti a marchio dmBio. Il nostro obiettivo è ampliare progressivamente questa possibilità a sempre più prodotti e categorie.

Chiunque scansioni il codice QR sull’etichetta di un prodotto tessile dm oppure inserisca manualmente il codice sul sito dm-drogeriemarkt.it/produktweg, può tracciare immediatamente l’origine e la catena del valore del prodotto e scoprire di più sulle persone coinvolte nella sua produzione.

Inoltre, il dm-Produktweg propone anche progetti sostenibili, realizzati con il supporto dei nostri partner nei paesi di produzione. Tutti questi mirano a migliorare le condizioni ambientali, di vita o di lavoro delle popolazioni locali.

I collaboratori di dm visitano regolarmente i luoghi di produzione dei nostri partner.

Nel 2023, il nostro team tessile ha visitato una piantagione di cotone a Balangir, in India.

Trasparenza dalla materia prima al prodotto finito

Esempi di iniziative e progetti

Prodotti tessili dm: migliorare le condizioni di lavoro in loco

Le condizioni di lavoro delle persone che producono articoli tessili per dm è per noi da sempre una priorità. Il team responsabile di questi prodotti per bambini visita ogni anno diversi stabilimenti. Dopo un viaggio in Turchia nel 2022, nell'ottobre 2023 alcuni membri del team tessile si sono recati in India. Lì hanno visitato diverse fabbriche nella città di Coimbatore, nel sud del paese, tra cui una filanda, una maglieria, uno stabilimento tessile e uno stabilimento di confezione. Inoltre, hanno potuto vedere da vicino le piantagioni di cotone biologico a Raipur, nel nord-est dell'India, da cui proviene il cotone per molti dei prodotti tessili per bambini a marchio dm. In questo modo, i collaboratori del team hanno potuto osservare l'intera catena del valore, dal campo di cotone al reparto di cucitura, e hanno avuto l'opportunità di affrontare le questioni relative alla salute e alla sicurezza direttamente con il partner.

I collaboratori dm visitano regolarmente gli stabilimenti di produzione dei partner. In foto, la visita in India di ottobre 2023.

dmBio: rafforzare i diritti dei collaboratori locali

Con il marchio dmBio ci concentriamo sulla trasparenza e sulla responsabilità sociale a partire dal luogo di origine delle materie prime e sosteniamo tre progetti in Ecuador, Perù e Sierra Leone per migliorare le condizioni di lavoro, generare nuove fonti di reddito e garantire la sostenibilità. Il team di progetto è responsabile di monitorare l'effettiva attuazione delle misure.

Coltivazione di banane in Perù ed Ecuador: insieme ai nostri partner e nell'ambito dell'iniziativa GIZ, stiamo sviluppando un approccio per stabilire salari dignitosi nella coltivazione delle banane. Gli obiettivi del progetto avviato nel 2019 sono la definizione di pratiche di approvvigionamento responsabili nel settore della vendita al dettaglio e di condizioni quadro per un reddito di sussistenza, il rafforzamento della rappresentanza dei lavoratori, l'istituzione di meccanismi di controllo lungo le catene del valore per garantire salari e condizioni di lavoro trasparenti e lo sviluppo di un'agenda comune per i rivenditori per stabilire le condizioni quadro a lungo termine.

Coltivazione del cacao in Sierra Leone: in Sierra Leone, non ci siamo limitati a conseguire la certificazione, ma abbiamo anche cercato di generare un valore aggiunto per i produttori. A tal fine, nel 2023 abbiamo lanciato un progetto biennale per migliorare le condizioni di vita e la resilienza dei coltivatori di cacao insieme al nostro partner di produzione Maestrani e a Fairtrade, con il sostegno del "Due Diligence Fund" del GIZ.

Il cacao per il nostro cioccolato "Single Origin" proviene dalla Sierra Leone ed è certificato Fairtrade.

Le due barrette di cioccolato "Single Origin" Fairtrade, quella fondente e quella fondente con scaglie di cocco di dmBio, sono il risultato di questo progetto, di cui beneficiano 7.000 coltivatori di cacao biologico delle due cooperative Kasiyatama e Salmed. L'obiettivo è generare nuove fonti di reddito per gli agricoltori e aumentare la produttività e la qualità della coltivazione del cacao. Il progetto sostiene inoltre la produzione e la fornitura di cacao che non prevede la deforestazione, promuovendo così la conservazione degli habitat naturali e della biodiversità.

Caffé de Peru: mediante il progetto Caffé de Peru, effettuiamo un pagamento supplementare di 0,80€ al chilo direttamente alla cooperativa Juan Santos Atahualpa per supportare finanziariamente le sue iniziative di sostenibilità.

Insieme abbiamo elaborato un progetto, con obiettivi e misure in ambito sociale, ecologico ed economico. Il denaro viene utilizzato a livello locale per garantire la sostenibilità della coltivazione del caffè e la sua attrattività per le generazioni future. Tra le misure adottate, ci sono strategie per tutelare e incrementare i redditi dei coltivatori migliorando la qualità e la produttività delle colture, misure per adattarle alle conseguenze dei cambiamenti climatici e iniziative per supportare la sanità locale nelle comunità rurali.

Nei meeting trimestrali, la cooperativa fornisce aggiornamenti sullo stato di avanzamento del progetto e definisce insieme a noi le misure future. Ad esempio, sono già stati donati i materiali necessari a scuole e centri sanitari situati nell'area della cooperativa.

Impegno sociale

Le aziende che si impegnano in vari modi a livello sociale contribuiscono a rafforzare il benessere collettivo e a promuovere uno sviluppo sostenibile per il nostro futuro. Tuttavia, gli effetti positivi di questo impegno dipendono fortemente dal fatto che le aziende agiscano in modo responsabile, prendano sul serio le aspettative a loro rivolte e comunichino le loro iniziative in modo credibile.

Dalla teoria alla pratica

A livello di Gruppo dm, ci consideriamo membri attivi della società. Il nostro impegno in questo senso è caratterizzato dal rispetto per l'individualità dei singoli e per il contesto regionale dei nostri punti vendita. Vogliamo essere un esempio nel nostro settore, offrire alle persone nelle diverse fasi della loro vita stimoli per agire in modo auto-efficace e sostenere uno sviluppo positivo e lungimirante degli individui e della società.

La nostra società si fonda sull'interesse e sull'impegno reciproco.

Insieme ai nostri partner e attraverso le nostre iniziative, ci impegniamo per creare una società equa e libera. Desideriamo essere non solo finanziatori ma protagonisti attivi di questo cambiamento, sostenendo a livello locale e nazionale le tematiche che ci stanno a cuore. Affinchè le nostre partnership siano efficaci, è fondamentale instaurare relazioni durature e stabili. Consideriamo le nostre partnership come una collaborazione in cui entrambe le parti danno il loro contributo mettendo a disposizione le proprie competenze, per ottenere il massimo impatto per le persone.

Per rispondere ai bisogni regionali delle comunità intorno ai nostri punti vendita dm e per comunicare le tematiche a livello nazionale in modo che ricevano la giusta visibilità, strutturiamo il nostro impegno sociale su più livelli:

- Le nostre iniziative nazionali sono profondamente radicate nell'azienda da molti anni e combinano la visibilità nazionale dei temi che trattiamo come Gruppo con azioni concrete nel contesto locale dei nostri punti vendita dm.
- Insieme ai nostri partner di cooperazione, individuiamo priorità tematiche, selezionando ad esempio, per dm Germania l'area della famiglia per dm Austria e paesi associati l'area della salute.
- I collaboratori dei nostri punti vendita sono coinvolti in diversi progetti sociali, culturali ed ecologici nei loro territori e alcuni di essi portano avanti il loro impegno sul lungo periodo.

Contributo allo sviluppo sostenibile della società: a livello di Gruppo, vogliamo continuare a dare il nostro contributo allo sviluppo responsabile della società nel futuro, promuovendo la consapevolezza e le competenze operative in materia di sostenibilità ecologica, culturale e sociale tra i nostri collaboratori e clienti.

Contributo allo sviluppo sostenibile della società	
Obiettivi	**Misure**
Desideriamo ispirare le persone in Italia e in Europa a contribuire attivamente alla società per plasmare una comunità civile equa e sostenibile.	Impegno esemplare verso una società civile, equa e aperta con l'iniziativa di dm Germania "Lust an Zukunft" (Diamo forma al futuro). Finanziamento di 3.000 progetti per i 50 anni di dm Germania e incoraggiamento del dibattito sociale. Proposta dell'inziativa "mehr vom leben tag" (Un giorno vale di più) per promuovere la crescita personale dei collaboratori e sostenere l'impegno civile nel sottogruppo dm Austria. Pormozione del "Giving Friday" per sostenere progetti e iniziative ecologiche e sociali nel sottogruppo dm Austria. Donazione alle associazioni partner FATA ONLUS e FARE X BENE nell'estata 2024 di assorbenti, prodotti di igiene femminile e make-up a sostegno delle donne in difficoltà. Inaugurazione dello sportello gratuito di accoglienza e supporto piscologico "Il Petalo Bianco" dedicato alle donne vittime di violenza, in collaborazione con CATRICE e l'associazione FARE X BENE, presso il punto vendita dm di Via Vittor Pisani 10 a Milano.
Ci impegniamo ad essere un alleato affidabile per i nostri partner di cooperazione e collaborare con loro per sensibilizzarli su questioni di rilevanza sociale.	Supporto della Deutschen Hebammen Verband (Associazione tedesca delle ostetriche) e della Bundesverband Das frühgeborene Kind e.V. (Associazione federale per i neonati prematuri). Implementazione e sostegno di progetti per la sensibilizzazione sul tema della salute a 360°, in particolare quella femminile nel sottogruppo dm Austria. Promozione di progetti per la tutela dell'ambiente, del clima e della biodiversità (sensibilizzazione, campagne di piantumazione, pulizia dei paesaggi) nel sottogruppo dm Austria.
Vogliamo rafforzare le connessioni dei nostri punti vendita dm con le comunità locali.	Azioni a sostegno di iniziative e associazioni locali attive dal punto di vista sociale, culturale o ecologico. Promozione di eventi culturali a livello locale e regionale dedicati alle famiglie.

Esempi di iniziative e progetti

Iniziative di volontariato aziendale “mehr vom leben tag”

Da oltre dieci anni, il sottogruppo dm Austria concede ai suoi oltre 28.300 collaboratori un giorno di permesso/ferie in più all’anno, affinché possano dedicarsi ad attività di volontariato e beneficenza. Collaboriamo con enti di beneficenza e ONG, tra cui Caritas, Diakonie, Croce Rossa, SOS Villaggio dei Bambini, Pro Juventute, Lebenshilfe, Naturschutzbund e piccole associazioni di beneficenza, organizzazioni ed enti per la tutela ambientale.

In Italia, ad esempio, le collaboratrici dell’Ufficio di Sviluppo e Selezione del personale hanno svolto l’attività di volontariato presso l‘associazione veronese “Amici del Lazzaretto (VR)”, che si occupa della cura del Lazzaretto, luogo di grande valore storico per la città. Le partecipanti hanno infatti assistito alla cura dell‘apiario presente al Lazzaretto, apprendendo, con una spiegazione teorica seguita da alcune attività pratiche, il prezioso lavoro che svolgono le api in natura. Inoltre, hanno contribuito alla pulizia e alla valorizzazione dell’area, che in estate ospita progetti scolastici e spettacoli serali.

Jugendliche im Gespräch mit Expertinnen und Experten über Grundgesetz und Demokratie.

Un secondo progetto è stato realizzato presso il gattile Enpa di Verona, dove le collaboratrici dm hanno partecipato attivamente alla manutenzione e alla pulizia delle cucce e degli spazi destinati ai gatti.

I bambini scoprono, attraverso un’attività ludica, l’origine del cibo nei loro piatti.

Programma di formazione “AckerRacker”

Con “AckerRacker”, un’iniziativa di “Acker Österreich”, anche i più piccoli scoprono da dove proviene il cibo che trovano nel loro piatto. I bambini piantano, curano e raccolgono gli ortaggi nell'area verde del loro asilo. dm Austria ha coinvolto sei scuole nella partecipazione a questo programma educativo, che dura tutto l’anno e si protrae per almeno quattro anni.

„Giving Friday“

Il “Giving Friday”, che si svolge ogni anno alla fine di novembre, offre ai nostri clienti l’opportunità di contribuire con i loro acquisti a una buona causa: in questa giornata, tutti i paesi del sottogruppo dm Austria donano il 5% del fatturato totale giornaliero dei punti vendita dm e dello shop online a progetti di beneficenza. Nel 2023 è stato donato un totale di 726.000€. Dal 2018, questa iniziativa si propone come un’alternativa non consumistica al “Black Friday”. Di seguito, alcune tra le iniziative sostenute:

- Il progetto nutrizionale “Mentor Palánták” in Ungheria, che promuove abitudini alimentari e stili di vita sani tra gli alunni della scuola primaria.
- Il rifugio per madri e bambini di Gabrovo, in Bulgaria, che offre alle donne incinte e alle madri in difficoltà una sistemazione temporanea e una consulenza psicosociale e legale.
- SOS Villaggi dei Bambini Romania per sostenere i bambini in situazioni difficili.
- L’iniziativa “Base Camp” in Repubblica Ceca, che prevede un percorso di educazione ambientale per gli studenti del primo e del secondo anno della scuola secondaria.
- Un programma di dm Slovacchia, che promuove l’installazione di moduli fotovoltaici nelle scuole primarie e secondarie.
- La donazione in favore della Cooperativa sociale “L’Albero” operante in Italia sul territorio veronese per l’acquisto di un pulmino, con l’obiettivo di permettere il trasporto dei ragazzi che si appoggiano all’associazione verso le sedi in cui vengono svolti laboratori speciali ad essi dedicati (ad esempio attività volte allo sviluppo dell’identità psicosociale).
- Il progetto “Spazio Vera”, inaugurato nel corso dell'anno fiscale 2024/2025, accolto in alcuni locali messi a disposizione dal Municipio 8 di Milano e mirato all’aggregazione, alla partecipazione sociale, allo svolgimento di attività ricreative, culturali, formative dedicati- alle donne, soprattutto provenienti da contesti fragili. In questi spazi sicuri, le partecipanti possono dedicarsi ad attività pensate per accrescere la loro autostima, come il corso di teatro, ma anche discutere temi legati all’universo femminile quali empowerment, violenza di genere, educazione e consapevolezza, supporto e mentoring.

Il progetto ‚Mentor Palánták‘ insegna agli studenti ungheresi abitudini alimentari sane.

Impegno per una maggiore consapevolezza del benessere

Con il suo focus sul benessere, prevalentemente femminile, il sottogruppo dm Austria si impegna a promuovere la consapevolezza sui temi legati alla salute a 360°, con un'attenzione particolare alla prevenzione e al mantenimento del benessere di corpo, mente e anima. L'obiettivo è inoltre mettere in evidenza fattori sociali particolarmente rilevanti per la salute delle donne.

- In Bosnia-Erzegovina è stato lanciato un appello per progetti volti a migliorare e preservare la salute mestruale, destinato ad associazioni, fondazioni e unità amministrative regionali.

- dm Ungheria sostiene laboratori didattici locali per ragazze adolescenti svantaggiate in zone isolate (scuole dell'Ordine di Malta) e workshop per il personale dell'Ordine, al fine di potenziare il loro lavoro educativo.

- Sempre in Ungheria, dm ha annunciato il concorso "Körper.Seele. Gemeinschaft", (Corpo.Anima.Comunità.) al quale possono candidarsi le ONG con programmi di assistenza sanitaria per donne svantaggiate. In totale sono stati sostenuti sette progetti con i seguenti temi, per un totale di 30 milioni di fiorini ungheresi (quasi 75.000€): educazione alla salute nelle scuole, prevenzione del cancro, sostegno alle comunità femminili nei quartieri socialmente svantaggiati, counseling tramite chat per adolescenti in difficoltà, aiuto psicologico per le donne senza fissa dimora e assistenza alle madri con figli autistici.

- dm Romania ha organizzato un roadshow in sette città del paese nel 2023, riproponendo la campagna l'anno successivo in ben 19 città. Il roadshow ha offerto informazioni e workshop con specialisti della nutrizione, ginecologi e psicologi.

- In Slovacchia, oltre a un roadshow, dm ha organizzato anche un'installazione artistica itinerante, che ha attraversato 5 città. Il suo obiettivo era informare ed educare le persone in merito al ciclo mestruale.

- dm Austria si è impegnata a contrastare la cosiddetta povertà mestruale, fornendo gratuitamente prodotti di igiene intima femminile per un valore complessivo di circa 52.000 euro alle scuole e ai learning café della Caritas.

I prodotti a marchio dm inclusi nel babykit: un supporto concreto per le famiglie con neonati nel comune di Genova.

Babykit Genova

A partire da marzo 2023, dm Italia ha aderito con entusiasmo al progetto promosso dal Comune di Genova e dall'agenzia per la Famiglia a sostegno delle nuove generazioni. La nostra azienda ha contribuito all'iniziativa Baby Kit, fornendo alle famiglie con nuovi nati un coupon con tre prodotti in omaggio riscattabili nei nostri store di Genova.

Sportello di ascolto psicologico "Il Petalo Bianco" inaugurato l'8 marzo 2024 presso il punto vendita di Milano, via Vittor Pisani 10.

Progetto "Il Petalo Bianco"

Venerdì 8 marzo 2024, in concomitanza con la Giornata internazionale della Donna, il brand CATRICE insieme all'associazione FARE X BENE e dm Italia ha inaugurato, presso lo store dm di Via Vittor Pisani 10 a Milano lo sportello piscologico "Il Petalo Bianco". Questo servizio gratuito si rivolge a coloro che hanno subito, subiscono o "presumono di subire" violenza, dalle forme più gravi alle forme più nascoste, fino alle discriminazioni di genere, al sessismo, alle molestie legate all'appartenenza di genere, all'identità e all'orientamento sessuale. Lo scopo è quello di sostenere ed aiutare concretamente le vittime di abusi e violenze attraverso la competenza professionale del team di psicologi – che collaborano con l'associazione FARE X BENE - esperti nell'approcciare i traumi causati da ogni tipo di discriminazione, abuso e violenza di genere.

L'obiettivo dell'iniziativa era quello di promuovere l'accesso facilitato ai prodotti mestruali per le ragazze e le donne.

- dm Italia ha collaborato con una ginecologa molto seguita sui social, attraverso la realizzazione di un reel in cui l'esperta rispondeva a domande relative al ciclo mestruale – poste in precedenza dalla nostra community – ed affrontava, in via generale, temi legati al mondo del benessere femminile.

- Sempre in Italia, per contrastare i tabù legati al mondo del ciclo mestruale e aumentare la consapevolezza sul tema, dm ha deciso di sostenere le associazioni partner FATA ONLUS e FARE X BENE, offrendo una fornitura annuale di prodotti make-up e di igiene femminile destinati alle donne che si rivolgono a queste organizzazioni.

essence
Schön, dass Du da bist

Allegati

Indice delle tabelle

Numero	Descrizione	Pagine
3 Agire in armonia con la natura		
3.1	Consumo totale di energia del Gruppo dm in megawattora (MWh)	72 – 73
3.2	Andamento delle nostre emissioni dirette di gas serra (in tonnellate di CO_2 equivalente)	76 – 77
3.3	Andamento delle nostre emissioni indirette di gas serra già misurate (in tonnellate di CO_2 equivalente)	82 – 83
4 Agire con spirito di solidarietà reciproca		
4.1	Andamento del numero dei collaboratori dm	152
4.2	Collaboratori per tipo di contratto e genere	152 – 153
4.3	Collaboratori per rapporto di lavoro e genere	153
4.4	Numero di collaboratori in media e in equivalenti a tempo pieno	154
4.5	Cessazioni	154
4.6	Collaboratori tutelati da contrattazione collettiva e con tutela sindacale	154
4.7	Amministrazione	155
4.8	Struttura per età	155
4.9	Collaboratori tutelati dal salario minimo	156
4.10	Collaboratori con disabilità e assimilabili	156
4.11	Ore medie di formazione dei collaboratori	156
4.12	Sicurezza sul lavoro	157
4.13	Congedo (straordinario) per motivi familiari	157

Indice dei diagrammi

Numero	Descrizione	Pagine
1 Sostenibilità attraverso il dialogo		
1.1	Andamento del fatturato	22
2 Agire in ottica di sviluppo e progresso		
2.1	Risultati dei test sui prodotti a marchio dm	45
3 Agire in armonia con la natura		
3.1	Consumo energetico medio dei punti vendita dm per m2 di superficie di vendita in kWh	75
3.2	Percentuale di plastica all'interno del packaging dei prodotti a marchio dm	97
3.3	Percentuale di prodotti in formato ricarica a marchio dm vendute nella categoria saponi liquidi	98
3.4	Sostituiamo costantemente le materie prime con materie prime riciclate	100
4 Agire con spirito di solidarietà reciproca		
4.1	Andamento del numero dei collaboratori dm	143
4.2	Percentuale di marche dm in base al volume delle vendite per paese di produzione	167

Glossario

Termine specifico	Spiegazione
Dialogicum dm	Si utilizza per indicare alcune delle sedi dei paesi in cui opera dm in particolare, quella di dm Austria (a Salzburg) quella di dm Bulgaria (a Sofia) e quella di dm Repubblica Ceca (a Budweis). Concetto che nasce dal desiderio di creare un ambiente lavorativo stimolante, che promuova la comunicazione aperta, la collaborazione reciproca e il confronto tra le persone
Gruppo dm	l'intero gruppo aziendale dm (sottogruppo dm Germania e sottogruppo dm Austria)
Sottogruppo dm Austria	dm Austria e Paesi Associati (dm Ungheria, Repubblica Ceca, Slovacchia, Slovenia, Croazia, Serbia, Bosnia-Erzegovina, Romania, Bulgaria, Macedonia del Nord, Italia)
Sottogruppo dm Germania	dm Germania e dm Polonia

Indice ESRS

Nel luglio 2023, sono stati adottati gli European Sustainability Reporting Standards (ESRS) come atto delegato dalla Commissione europea. Questi standard forniscono un quadro completo per la rendicontazione della sostenibilità, che le aziende sono tenute ad applicare nella redazione dei loro rapporti di sostenibilità, in conformità con la Direttiva sulla Rendicontazione della Sostenibilità delle Imprese (CSRD) a livello europeo. I seguenti standard ESRS sono stati integrati, parzialmente o in modo completo, nel presente rapporto

Standard	Specifica	Pagine	Sottocapitolo
E1 Cambiamenti climatici – Agire in armonia con la natura			
E1-2	Politiche relative alla mitigazione dei cambiamenti climatici e all'adattamento agli stessi	62–63, 64–67	Misure significative per contrastare il cambiamento climatico
E1-3	Azioni e risorse relative alle politiche in materia di cambiamenti climatici	66–89	Misure significative per contrastare il cambiamento climatico
E1-4	Obiettivi relativi alla mitigazione dei cambiamenti climatici e all'adattamento agli stessi	66–71	Misure significative per contrastare il cambiamento climatico
E1-5	Consumo di energia e mix energetico	71–75	Misure significative per contrastare il cambiamento climatico
E1-6	Emissioni lorde di GES di ambito 1, 2, 3 ed emissioni totali di GES	76–85	Misure significative per contrastare il cambiamento climatico
E1-7	Assorbimenti di GES e progetti di mitigazione delle emissioni di GES finanziati con crediti di carbonio	62–63, 88, 111–115	Misure significative per contrastare il cambiamento climatico, Biodiversità
E2 Inquinamento – Agire in armonia con la natura			
E2-1	Politiche relative all'inquinamento	128	Riduzione significativa dell'impatto ambientale
E2-2	Azioni e risorse connesse all'inquinamento	128–131	Riduzione significativa dell'impatto ambientale
E2-3	Obiettivi connessi all'inquinamento	128–130	Riduzione significativa dell'impatto ambientale

Standard	Specifica	Pagine	Sottocapitolo
E3 Acque e risorse marine – Agire in armonia con la natura			
E3-1	Politiche connesse alle acque e alle risorse marine	124	Uso responsabile delle risorse idriche
E3-2	Azioni e risorse connesse alle acque e alle risorse marine	124–125	Uso responsabile delle risorse idriche
E3-3	Obiettivi connessi alle acque e alle risorse marine	124–125	Uso responsabile delle risorse idriche
E4 Biodiversità ed ecosistemi – Agire in armonia con la natura			
E4-2	Politiche relative alla biodiversità e agli ecosistemi	108–109	Biodiversità
E4-3	Azioni e risorse relative alla biodiversità e agli ecosistem	110–121	Biodiversità
E4-4	Obiettivi relativi alla biodiversità e agli ecosistemi	110–111	Biodiversità
E5 Uso delle risorse ed economia circolare – Agire in armonia con la natura			
E5-1	Politiche relative all'uso delle risorse e all'economia circolare	92–93	Conservazione delle risorse ed economia circolare
E5-2	Azioni e risorse relative all'uso delle risorse e all'economia circolare	92–103	Conservazione delle risorse ed economia circolare
E5-3	Obiettivi relativi all'uso delle risorse e all'economia circolare	92–101	Conservazione delle risorse ed economia circolare
E5-4	Flussi di risorse in entrata	97–101	Conservazione delle risorse ed economia circolare
E5-5	Flussi di risorse in uscita	97–101	Conservazione delle risorse ed economia circolare
S1 Forza lavoro propria – Agire con spirito di solidarietà reciproca			
S1-1	Politiche relative alla forza lavoro propria	136–138	Ambiente di lavoro dinamico
S1-2	Processi di coinvolgimento della forza lavoro propria e dei rappresentanti dei lavoratori in merito agli impatti	26–27, 144–151	Economia sostenibile, Ambiente di lavoro dinamico
S1-3	Processi per porre rimedio agli impatti negativi e canali che consentono alla forza lavoro propria di sollevare preoccupazioni	147	Ambiente di lavoro dinamico
S1-4	Interventi su impatti rilevanti per la forza lavoro propria e approcci per la gestione dei rischi rilevanti e il perseguimento di opportunità rilevanti in relazione alla forza lavoro propria, nonché efficacia di tali azioni	144–151	Ambiente di lavoro dinamico
S1-5	Obiettivi legati alla gestione degli impatti negativi rilevanti, al potenziamento degli impatti positivi e alla gestione dei rischi e delle opportunità rilevanti	138–142	Ambiente di lavoro dinamico
S1-6	Caratteristiche dei dipendenti dell'impresa	152–154	Ambiente di lavoro dinamico
S1 Forza lavoro propria – Agire con spirito di solidarietà reciproca			
S1-8	Copertura della contrattazione collettiva e dialogo sociale	143–144, 154, 156	Ambiente di lavoro dinamico
S1-9	Metriche della diversità	146–147, 152-156	Ambiente di lavoro dinamico
S1-10	Salari adeguati	143–144, 154, 156	Ambiente di lavoro dinamico
S1-12	Persone con disabilità	156	Ambiente di lavoro dinamico
S1-13	Metriche di formazione e sviluppo delle competenze	156	Ambiente di lavoro dinamico
S1-14	Metriche di salute e sicurezza	157	Ambiente di lavoro dinamico
S1-15	Metriche dell'equilibrio tra vita professionale e vita privata	157	Ambiente di lavoro dinamico
S2 Lavoratori nella catena del valore – Agire con spirito di solidarietà reciproca			
S2-1	Politiche connesse ai lavoratori nella catena del valore	164–165	Catene del valore responsabili
S2-2	Processi di coinvolgimento dei lavoratori nella catena del valore in merito agli impatti	168–175	Catene del valore responsabili
S2-3	Processi per porre rimedio agli impatti negativi e canali che consentono ai lavoratori nella catena del valore di esprimere preoccupazioni	168–171	Catene del valore responsabili
S2-4	Interventi su impatti rilevanti per i lavoratori nella catena del valore e approcci per la gestione dei rischi rilevanti e il conseguimento di opportunità rilevanti per i lavoratori nella catena del valore, nonché efficacia di tali azioni	168–175	Catene del valore responsabili
S2-5	Obiettivi legati alla gestione degli impatti negativi rilevanti, al potenziamento degli impatti positivi e alla gestione dei rischi e delle opportunità rilevanti	165–166	Catene del valore responsabili

Standard	Specifica	Pagine	Sottocapitolo
S4 Consumatori e utilizzatori finali – Agire in ottica di sviluppo e progresso			
S4–1	Politiche connesse ai consumatori e agli utilizzatori finali	42, 48, 56	Quality Management continuo, Comunicazione con i clienti per la loro sensibilizzazione, Sicurezza informatica e protezione dei dati affidabili
S4–2	Processi di coinvolgimento dei consumatori e degli utilizzatori finali in merito agli impatti	45, 49–53	Quality Management continuo, Comunicazione con i clienti per la loro sensibilizzazione
S4–3	Processi per porre rimedio agli impatti negativi e canali che consentono ai consumatori e agli utilizzatori finali di esprimere preoccupazioni	48	Comunicazione con i clienti per la loro sensibilizzazione
S4–4	Interventi su impatti rilevanti per i consumatori e gli utilizzatori finali e approcci per la mitigazione dei rischi rilevanti e il conseguimento di opportunità rilevanti in relazione ai consumatori e agli utilizzatori finali, nonché efficacia di tali azioni	43–45, 49–53, 59	Quality Management continuo, Comunicazione con i clienti per la loro sensibilizzazione, Sicurezza informatica e protezione dei dati affidabili
G1 Condotta delle imprese – Sostenibilità attraverso il dialogo/Agire con spirito di solidarietà reciprocaeinander			
G1–1	Politiche in materia di cultura d'impresa e condotta delle imprese	15–19, 24–27, 136–138	Struttura organizzativa integrata, Economia sostenibile, Ambiente di lavoro dinamico
G1–2	Gestione dei rapporti con i fornitori	26–27, 167–172	Economia sostenibile, Catene del valore responsabili
G1–5	Influenza politica e attività di lobbying	96, 101	Conservazione delle risorse ed economia circolare

Informazioni sul report

Il presente documento è il primo report di sostenibilità di dm, redatto per l'intero Gruppo dm, e tiene conto dei primi requisiti degli attuali standard ESRS.

Il contenuto si riferisce all'esercizio 2023/24, includendo in parte anche dati degli anni fiscali precedenti o dell'anno fiscale corrente.
L'anno fiscale inizia il 1° ottobre e termina il 30 settembre dell'anno successivo.

Nota
Il report contiene dichiarazioni relative allo sviluppo futuro di dm-drogerie markt. Queste affermazioni rappresentano valutazioni effettuate da dm sulla base delle informazioni disponibili al momento della redazione del documento. Gli sviluppi effettivi possono differire dalle valutazioni attuali.

Nota editoriale
In questo report viene utilizzato un linguaggio di genere inclusivo.
Con l'utilizzo del pronome "noi" si intende generalmente il gruppo di lavoro del gruppo dm.

Invito al dialogo
Il diretto scambio con voi, cari lettori e lettrici, è importante per noi. Se avete domande, osservazioni o suggerimenti riguardo al nostro report di sostenibilità, non esitate a contattare il nostro ufficio stampa.

Sottogruppo dm Germania
Responsabile della comunicazione
Herbert Arthen
+49 721 5592-1195
herbert.arthen@dm.de

Servizio clienti dm Germania
0800 3658633
servicecenter@dm.de

Sottogruppo dm Austria
Pressesprecher
Mag. Stefan Ornig
+43 662 64 35 79-0
presse@dm.at

Servizio clienti dm Austria
kundenservice@dm.at

Servizio clienti dm Italia
servizioclienti.dmitalia@dm-drogerie-markt.it

Dati di pubblicazione

Editore
dm drogerie markt Srl
Via Galileo Galilei, 10
39100 Bolzano

Progettazione e Redazione
Arthen Kommunikation GmbH
Käppelestraße 8a
76131 Karlsruhe

Responsabile del progetto:
Corinna Maier-Collin

Redazione
movea marketing GmbH & Co KG
LOFT – Müllner Hauptstraße 1
5020 Salzburg

Responsabile dei contenuti
dm drogerie markt Srl

Questo report è stato realizzato con il supporto di molti collaboratori provenienti dai diversi settori aziendali.

Direzione del progetto: Christina Balduf, Christian Schwab.

La responsabilità complessiva per il report è della direzione del gruppo dm in Germania e del gruppo dm in Austria.

Ente di certificazione
IT-BIO-013

Pubblicazione
Giugno 2025

Credits
Mike Abmaier (S. 158, 180), Atelje (S. 137), Dénes Balázs (S. 41, 120), Bee Smart Technologies AD (S. 121), Dominik Berchtold (S. 11), Nathalie Bordère (S. 172, 174), Gianluca Bonafini ((S. 7, 16, 37), Boris Breuer (S. 14, 33, 42, 65, 123, 151), Dominik Butzmann (S. 181), Chilli Production (S. 78), Tibor Czitó (S. 161), Uli Deck (S. 4, 5, 80, 180), dm-drogerie markt (S. 105, 148, 159, 170), DSV (S. 88), Jörg Eberl (S. 34), Fairtrade/Mohamed Aly DIABATÉ (S. 175), Zuzana Gavulová (S. 161), GREENZERO (S. 107, 108, 119), Sebastian Heck (S. 7, 55, 56, 59, 186, 187), Michael Ippendorf (S. 74), iStockphoto/alxpin (S. 120), iStockphoto/ Ralf Geithe (S. 124), iStockphoto/Bevan Goldswain (S. 91), iStockphoto/Halfpoint (S. 89), iStockphoto/SolStock (S. 127), Oliver Kern (S. 81, 102, 104), Helge Kirchberger (S. 17, 52), Michael Koerbler (S. 118), Leonie Kuderer (S. 163), Wolfgang Lienbacher (S. 18, 21, 44, 47, 85, 145, 147, 149, 150, 160, 184), Sebastian Mast (S. 135), NABU/Christoph Bosch (S. 116), Franz Neumayr (S. 105), Todor Nikolov (S. 84), Nübold Architekten (S. 103), Almási Petra (S. 119), Mirjam Reither (S. 185), Marco Riebler (S. 98), Christina Riedl (S. 6, 16), Tobias Rieger (S. 23), Im Wind, Klaus Rockenbauer (S. 86), Joerg Sarbach (S. 183), Alexander Schindel (S. 51), Katrin Sonnleitner (S. 117), Star Network (S. 182), Tristan Stedman (S. 86), taniawalck (S. 58), Silke Walz (S. 177, 182), Stefan Wascher (S. 7, 12, 50)