



Anno di crescita per dm Italia, che rafforza la sua strategia omnichannel: l'esercizio 2024-2025 si chiude con un incremento del 26,4% superando i 250 milioni di euro di fatturato.

L'azienda consolida la sua presenza in Italia con 92 punti vendita totali, oltre 16 milioni di scontrini emessi e +46% di crescita degli ordini online, confermandosi tra i protagonisti del mercato beauty, cura persona e cura casa.

- **252 milioni di euro** di fatturato, con una **crescita del 26,4%** rispetto all'anno precedente;
- **oltre 16 milioni** di scontrini emessi e più di **81 milioni** di prodotti venduti durante lo scorso esercizio fiscale;
- **+46%** di crescita negli ordini online;
- **oltre 830 mila download** dell'app "la mia dm";
- **92 punti vendita** totali in Italia;
- più di **1.000 collaboratrici e collaboratori**, di cui **l'85% donne**;
- lancio di "**dm babybonus**" e nuove funzionalità omnichannel come i **locker self-service** per il ritiro degli ordini;
- **primo Report di Sostenibilità** che coinvolge tutto il Gruppo dm;
- **Giving Friday 2024**: donati fondi a favore di **FARE X BENE** per la creazione degli **Spazi Vera** a Milano;
- iniziative sociali e ambientali, tra cui il progetto "**Il Petalo Bianco**", "**Le mestruazioni non sono un lusso**" e il **Baby Kit** del Comune di Genova.

Per dm Italia, l'anno fiscale **2024-2025** (ottobre 2024 - settembre 2025) si conclude con un nuovo importante slancio di crescita: l'azienda ha raggiunto un fatturato complessivo di **252 milioni di euro**, con un incremento del **26,4%** rispetto all'esercizio precedente.

Il drugstore ha registrato inoltre un notevole e sempre crescente apprezzamento da parte dei suoi clienti. Il numero di scontrini emessi è infatti aumentato del **24,3%**, toccando quota di oltre **16 milioni** mentre il numero di prodotti venduti è cresciuto del **29,3%**, raggiungendo gli oltre **81 milioni**, a conferma di un rapporto sempre più solido con una clientela fidelizzata e un significativo livello di gradimento.

In costante aumento anche il **canale online**, che ha registrato un **+46% di ordini** confermando l'efficacia della **strategia omnichannel** intrapresa dal brand. A chiusura anno fiscale, **dm Italia** conta **92 punti vendita** sul territorio nazionale, raggiungendo un organico complessivo di **1.036 collaboratrici e collaboratori**, con una quota femminile pari all'85% del totale.

"Siamo orgogliosi di chiudere un anno di risultati così positivi, che testimoniano la solidità della nostra strategia e il crescente apprezzamento dei clienti italiani per il nostro modello di drugstore" afferma **Benjamin Schneider, CEO di dm Italia**. "La crescita del fatturato nei punti vendita e la conoscenza sempre più diffusa del marchio in Italia ci confermano che stiamo costruendo una relazione solida con i nostri clienti. L'approccio omnichannel, che unisce la praticità del digitale all'esperienza d'acquisto in negozio, è oggi e continuerà a essere in futuro un pilastro centrale per il nostro sviluppo".

Una crescita importante si è registrata per dm non solo in Italia, ma anche a livello di Gruppo, confermando anche quest'anno uno sviluppo costante e una sempre più solida presenza sul mercato. Nel corso dell'ultimo anno fiscale, il Gruppo ha registrato un aumento del fatturato del **+8,2%**, passando da 17,749 miliardi di euro a **19,197 miliardi di euro**, accompagnato da una crescita del numero totale di collaboratori, salito da 89.197 a **93.426** e dall'inaugurazione di 73 nuovi store, raggiungendo complessivamente i **4.189** punti vendita.



Qualità e convenienza: il binomio vincente delle marche dm

Oltre alle referenze industriali, dm propone ai propri clienti un'ampia e costantemente aggiornata offerta di prodotti a marchio dm, che generano sul mercato italiano circa il **30%** del fatturato totale. Queste **28** private label, tra cui **alverde**, **Balea**, **Denkmit** e **dmBio**, si contraddistinguono per elevata qualità a prezzi sempre competitivi, dimostrando la volontà del brand di fornire soluzioni concrete per i bisogni quotidiani dei consumatori.

A testimoniare la vicinanza di dm alle famiglie, nel 2025 è stato inoltre lanciato **dm babybonus**, un progetto dedicato a futuri e neogenitori con bambini fino ai 3 anni. In seguito alla registrazione, gli iscritti ricevono **consigli personalizzati** in base alla fase della gravidanza o di vita del bambino, e potranno accedere a **coupon con sconti esclusivi** su prodotti per l'infanzia. Inoltre, avranno subito la possibilità di ottenere come welcome gift il telo multiuso babylove, realizzato in collaborazione con la cooperativa tedesca Nieder-Ramstädter Diakonie, che coinvolge persone con disabilità in un contesto lavorativo inclusivo.

Omnichannel: innovazione e integrazione al servizio del cliente

La strategia omnichannel rimane una priorità per dm, che continua a investire su innovazione e digitalizzazione. Da settembre 2025, sono infatti stati introdotti anche in Italia i nuovi **punti di ritiro self-service**, un sistema di locker automatizzati che consente ai clienti di ritirare gli ordini online in negozio in modo rapido, intuitivo e senza passare dalla cassa.

Al centro dell'ecosistema digitale restano la **piattaforma e-commerce** e l'app "**la mia dm**", che ha totalizzato solo in quest'anno fiscale oltre **830.000 download**. Inoltre, integrata nell'app, è disponibile la carta fedeltà digitale "**dm fedeltà**" che premia gli oltre 1 milione di clienti già iscritti con coupon esclusivi e sconti dedicati.

Sinergia e cooperazione internazionale

A livello internazionale, dm continua a rafforzare la **collaborazione tra i Paesi del Gruppo** per ottimizzare processi e risorse.

Sul fronte logistico, dm Italia ha trasferito il proprio magazzino in una **nuova sede di 18.000 mq** a Nogarole Rocca (VR), con l'obiettivo di migliorare l'approvvigionamento dei punti vendita.

Il Gruppo ha inoltre avviato la costruzione di un **nuovo centro di distribuzione automatizzato** a Kronstorf (Alta Austria), destinato a potenziare la sinergia operativa tra Austria, Italia e Slovenia.

Responsabilità ambientale e sociale: il primo Report di Sostenibilità del Gruppo

Nel giugno 2025, **dm** ha pubblicato il suo primo **Report di Sostenibilità internazionale**, che riunisce le iniziative dei 14 Paesi del Gruppo e ribadisce l'obiettivo comune di raggiungere la neutralità climatica entro il 2045.

Tra i punti fondamentali toccati all'interno del Report si colloca **l'adozione di un approccio "no waste" per gli imballaggi**, che punta a ridurre l'uso dei materiali e scegliere quelli più sostenibili, promuovere l'economia circolare, contenere al minimo possibile il numero dei rifiuti e sensibilizzare collaboratori e clienti sull'importanza di questi temi. Un secondo tema rilevante è **l'aumento delle fonti energetiche rinnovabili**: attualmente, gli **impianti fotovoltaici installati** nei Paesi del Gruppo sono in totale **64** e producono oltre **4,8 milioni di kWh di energia pulita**, equivalenti al consumo medio annuo di circa 1.400 famiglie. Di questi, ben **12** si trovano **in Italia**. Per quanto riguarda la responsabilità sociale, il Report sottolinea l'impegno del drugstore nella creazione di una **catena del valore responsabile**, che mira ad una filiera produttiva sempre più controllata, trasparente e rispettosa dei diritti umani e lavorativi.

Tra le azioni concrete messe a punto dal Gruppo dm per contenere il proprio impatto ambientale, è inoltre importante citare la **riduzione della lunghezza dello scontrino cartaceo in punto vendita**, che ha consentito a dm Italia di avere un risparmio di carta stimato pari a oltre 3.000 km.



Nel corso dell'anno fiscale 2024-25, dm Italia ha inoltre lavorato al conseguimento **della certificazione ISO 50001**, che attesta un sistema di gestione energetica volto a migliorare l'efficienza e ridurre i consumi, in linea con gli obiettivi del Gruppo di raggiungere le zero emissioni nette.

Iniziative sociali e impegno verso la comunità

Durante l'anno fiscale 2024-25 dm Italia ha confermato il proprio **impegno sociale** attraverso progetti di lungo termine a sostegno delle persone e delle comunità locali.

Tra le principali iniziative: il **rilancio del progetto "Il Petalo Bianco"**, lo sportello di ascolto psicologico e legale gratuito dedicato a tutte le vittime di violenza e discriminazione, nato dalla collaborazione tra *Catrice*, *FARE X BENE* e dm, presso il punto vendita di via Vittor Pisani 10 a Milano. A fine anno fiscale, le persone che si sono rivolte allo sportello dal giorno della sua apertura erano **220**. Alcune di queste hanno concluso il percorso e sono oggi **seguite dagli avvocati per la denuncia o dai centri antiviolenza** con il supporto di psicologi specializzati, mentre **molte sono ancora in carico** e nuovi casi continuano ad aggiungersi.

Durante il **Giving Friday** dello scorso novembre, **dm Italia** ha devoluto il 5% del fatturato della giornata di incassi in store e online all'associazione *FARE X BENE*, per la creazione degli **Spazi Vera**, luoghi fisici nel Municipio 8 di Milano in cui vengono organizzati corsi gratuiti finalizzati a supportare le persone provenienti da contesti sociali fragili.

dm ha inoltre realizzato l'iniziativa **"Le mestruazioni non sono un lusso"**, attraverso la donazione di **oltre 100.000 assorbenti Jessa** ad alcune scuole di Milano e provincia e l'attivazione di percorsi educativi gratuiti per studentesse e studenti, promuovendo una cultura del rispetto, della consapevolezza e dell'inclusione, sempre in collaborazione con *FARE X BENE*.

Infine, prosegue l'adesione al progetto **Baby Kit** del Comune di Genova, con la distribuzione, a tutte le famiglie con nuovi nati, di coupon per ricevere in omaggio prodotti a marchio dm per la prima infanzia.

Persone e cultura del dialogo

La filosofia di dm da sempre mette le persone al centro, valorizzando ascolto, crescita e formazione personale e si basa sulla **cultura del dialogo**. Quest'ultima rappresenta per dm un pilastro fondamentale per costruire relazioni di fiducia e collaborazione autentica; attraverso un **confronto aperto e rispettoso**, dm promuove un ambiente inclusivo dove ogni voce è ascoltata e valorizzata, favorendo così la crescita personale e collettiva. Per trasmettere efficacemente questi valori e coinvolgere maggiormente i collaboratori, a partire da marzo 2025 sono stati nominati alcuni ambasciatori interni della filosofia aziendale. Il loro compito è quello di **diffondere lo spirito e i valori aziendali tra i colleghi**, approfondire la filosofia e promuoverla attraverso esempi concreti, quali l'organizzazione di seminari formativi volti a creare una rete culturale solida e coesa all'interno dell'azienda.

"Il successo di **dm** in Italia è il risultato di una visione condivisa: crescere in modo sostenibile, mettendo sempre le persone e i loro bisogni al centro. Vogliamo continuare a rafforzare la nostra presenza nel Paese unendo innovazione, qualità e responsabilità sociale, e offrire ai nostri clienti un'esperienza d'acquisto accessibile, moderna e consapevole. La nostra forza nasce dal dialogo e dalla collaborazione, tra i colleghi, con i clienti e con le comunità in cui operiamo, perché solo così possiamo creare valore autentico e duraturo", afferma **Benjamin Schneider, CEO di dm Italia**.



dm in pillole

dm drogerie markt, fondata in Germania nel **1973**, è oggi tra le più grandi catene commerciali europee di drugstore, presente in **14 Paesi**.

Entrata nel mercato italiano dal **novembre 2017**, conta ad oggi, novembre 2025, **94 punti vendita** sul territorio.

La filosofia del brand è quella di offrire una combinazione unica con un'offerta specializzata ad un prezzo conveniente, anche grazie alle marche private che sono ben 28 tra cui Balea, alverde, Mivolis e dmBio.

www.dm-drogeriemarkt.it