



COMUNICATO STAMPA

dm celebra il traguardo dei 100 negozi e annuncia nuove aperture

Con l'inaugurazione del nuovo negozio dm a Savignano sul Rubicone e del successivo a Castenaso, l'insegna raggiungerà quota 100 punti vendita in Italia

HIGHLIGHTS

- Inaugurazione del **99° punto vendita dm a Savignano sul Rubicone (FC)** il **30 luglio** e del **100° negozio a Castenaso (BO)** il **6 agosto**;
- fatturato **anno fiscale 2024/25** pari a **252 milioni di euro (+26,4%)**;
- **1,26 milioni di account** registrati all'app "la mia dm";
- **oltre 18 milioni di scontrini emessi** negli ultimi 12 mesi;
- **oltre 2.000 prodotti Made in Italy** e circa **200 fornitori italiani** all'interno dell'offerta dm;
- **1.111 collaboratrici e collaboratori** in Italia (+11,66%)
- **tre nuove aperture** previste entro la fine dell'estate a **Bassano del Grappa, Brescia e Parma**.

Verona, 14 luglio 2026

A meno di nove anni dall'apertura del primo punto vendita in Italia, inaugurato a Milano CityLife il 30 novembre 2017, **dm raggiunge il traguardo dei 100 negozi**, confermando il proprio percorso di crescita e il consolidamento sul territorio nazionale.

L'estate 2026 segna infatti una tappa significativa per il drugstore: il **30 luglio** aprirà il **99° negozio dm a Savignano sul Rubicone (FC)**, presso il Parco Commerciale Romagna Shopping Valley, in Piazza Metropolis, 15 che conterà **13 collaboratori** e una **superficie di vendita di circa 550 mq**. Il **6 agosto** sarà invece inaugurato il **100° punto vendita a Castenaso (BO)**, presso il Parco Commerciale Nova, in via Villanova 29; anche questo negozio si svilupperà su una **superficie di vendita di circa 550 mq** e impiegherà un **team di 10 collaboratori**.

Tuttavia, il piano di sviluppo previsto per i prossimi mesi non si ferma qui. Entro la fine dell'estate, dm inaugurerà infatti altri tre negozi a **Brescia, Parma e Bassano del Grappa**, confermando il desiderio di avvicinare sempre di più l'insegna ai propri clienti.

"Il nostro proposito è inaugurare **tra i 15 e i 20 nuovi negozi ogni anno** nella nostra area di espansione, per poter coprire anche le location dove oggi non siamo ancora presenti. Vogliamo essere presenti sia nelle **aree più centrali** altamente frequentate (come centri commerciali, vie commerciali e centri città), che nelle **zone densamente abitate**, allo scopo di avvicinarci sempre di più ai nostri clienti. Collaboriamo con partner affidabili e di lunga durata. Il piano di aperture si concentra attualmente nelle regioni del Nord Italia.", afferma **Dirk Schneider, Direttore Espansione**.

STUDIO FANFANI PR
PR & COMMUNICATION

studio@elisabettafanfani.com



I traguardi di dm

Il raggiungimento del 100° punto vendita si inserisce in un contesto di sviluppo che continua a coinvolgere tutti gli ambiti dell'azienda. Nel corso degli ultimi anni, dm ha infatti raggiunto diversi importanti traguardi, tra cui il **lancio dell'e-commerce nel 2022** e della **carta fedeltà digitale nell'app "la mia dm" nel 2024**, l'avvio del **dm babybonus** e l'installazione dei **punti di ritiro nel 2025**.

Ad oggi, sono **1,26 milioni gli account registrati nell'app "la mia dm"** e **18.130.501 gli scontrini che l'insegna ha emesso** negli ultimi dodici mesi, a testimonianza della relazione sempre più solida con la clientela. Questa crescita si materializza anche nei risultati economici: nell'esercizio fiscale ottobre 2024 - settembre 2025, l'azienda ha registrato un **fatturato di 252 milioni di euro**, con una **crescita del 26,4%** rispetto all'anno precedente. L'ampliamento **della rete commerciale** si riflette anche sul **piano occupazionale**: attualmente, **dm Italia** conta **1.111 collaboratrici e collaboratori** (stagisti inclusi), riportando un **aumento dell'11,66%** rispetto all'anno precedente. La realtà si riconferma come un'organizzazione giovane, con un'**età media di 33 anni**, nella quale le **donne rappresentano l'86,5%** dell'intera popolazione aziendale (dati aggiornati al 30 giugno 2026).

Assortimento in continua evoluzione e attenzione ai prodotti Made in Italy

L'espansione di dm è sostenuta da un assortimento che conta mediamente 13.000 referenze per punto vendita e continua ad evolversi seguendo i bisogni dei consumatori. Le categorie che registrano le migliori performance sono quelle dedicate alla cura della persona, alla skincare, al make-up, alla cura dei capelli e all'alimentazione biologica certificata.

Negli ultimi anni dm ha osservato una crescente attenzione dei clienti verso la qualità delle formulazioni, la composizione dei prodotti e la trasparenza delle informazioni, elementi che orientano sempre più le scelte d'acquisto.

Particolare rilievo riveste anche il sostegno della filiera italiana: oggi dm collabora con circa **200 fornitori nazionali** e propone ai propri clienti **oltre 2.000 prodotti Made in Italy**.

Responsabilità sociale e iniziative ambientali

Parallelamente all'incremento della sua rete commerciale, il drugstore continua a investire in **iniziative di responsabilità sociale e ambientale**. Tra queste figurano **Il Petalo Bianco**, realizzato insieme a **FARE X BENE e Catrice** per offrire **supporto psicologico e legale gratuito** alle vittime di violenza; il **Baby Kit**, iniziativa sviluppata insieme al Comune di Genova e dedicata ai futuri e neogenitori; **Diamo forma al futuro**, un progetto internazionale dedicato alla valorizzazione del volontariato e dell'impegno civico.

Sul fronte energetico oltre il **96% dei punti vendita** e la sede centrale utilizzano energia elettrica proveniente da fonti rinnovabili certificate. Dove tecnicamente possibile vengono inoltre installati impianti fotovoltaici per l'autoproduzione di energia; ad oggi sono attivi **13 impianti**. Nel 2025 dm ha ottenuto la certificazione **ISO 50001**, finalizzato al monitoraggio dei consumi energetici, all'individuazione di possibili sprechi e al miglioramento continuo dell'efficienza energetica.

STUDIO FANFANI PR
PR & COMMUNICATION

studio@elisabettafanfani.com



Sempre più vicini ai nostri clienti

“Raggiungere i 100 negozi rappresenta un traguardo importante, ma soprattutto una grande responsabilità. La crescita di dm è il risultato della fiducia dei nostri clienti e dell'impegno quotidiano delle nostre collaboratrici e dei nostri collaboratori. Continueremo a espanderci con l'obiettivo di essere sempre più vicini alle persone e alle comunità in cui operiamo, offrendo un'esperienza d'acquisto di qualità.” afferma **Benjamin Schneider, CEO di dm Italia**. “Questo importante momento coincide con una nuova fase di evoluzione dell'insegna. Nei prossimi mesi introdurremo importanti novità che rafforzeranno ulteriormente il nostro posizionamento sul mercato italiano, con l'obiettivo di offrire ai clienti ancora più valore, trasparenza e convenienza nel tempo.”

***dm in pillole**

dm drogerie markt, fondata in Germania nel **1973**, è oggi tra le più grandi catene commerciali di prodotti per la cura della persona e della casa, beauty e make-up, alimenti biologici e integratori, prodotti per l'infanzia ed anche per animali domestici. **dm** offre un assortimento di circa **15.000 referenze** di brand commerciali e marchi propri, **28 quelli prodotti in-house (tra cui Balea, dmBio, alverde, babylove, e Mivolis)** con l'obiettivo di proporre un'ampia offerta a prezzi estremamente competitivi. Il gruppo **dm** registra, al **settembre 2025**, un **fatturato superiore a 19,197 miliardi di euro** ed è presente in **14 Paesi europei con oltre 4.000 punti vendita e più di 93.000 collaboratori**. Presente sul mercato italiano **dal 2017**, **dm Italia** conta oggi **98 punti vendita** sul territorio nazionale, per un **fatturato che supera i 250 milioni di euro**.

**STUDIO FANFANI PR
PR & COMMUNICATION**

studio@elisabettafanfani.com