Vusion

Communiqué de presse 18 novembre 2026 – 7h30

L'enseigne allemande DM étend son partenariat avec Vusion pour digitaliser plus de 2 000 magasins en Allemagne

Leader européen de la distribution de produits de beauté, de santé et de bien-être, DM sera la première enseigne au monde à équiper ses magasins de la toute dernière génération d'EdgeSense

18 novembre 2026 - Vusion (Euronext Paris : VU), leader mondial des solutions de digitalisation du commerce physique augmentées par l'intelligence artificielle, annonce aujourd'hui l'élargissement de son partenariat avec **dm-drogerie markt**, premier distributeur de produits de beauté, de santé et de bien-être d'Europe. L'accord prévoit le déploiement de la toute dernière génération de la plateforme EdgeSense dans plus de 2 000 magasins en Allemagne, sur les trois prochaines années.

Avec plus de 4 200 points de vente en Europe, DM est l'enseigne préférée des Allemands selon le classement Retail Performance 2026 d'EY-Parthenon[1]. DM figure parmi les acteurs les plus influents du continent dans la beauté, la santé et les soins du quotidien. Grâce à son engagement auprès des clients, à son rapport qualité-prix et à son offre omnicanale, l'enseigne allemande fait de ce déploiement une référence pour la prochaine étape de la digitalisation du commerce physique.

La plateforme de Vusion aidera DM à améliorer la productivité et la qualité de ses opérations en magasin : gestion des prix, préparation des commandes en ligne, réapprovisionnement, etc. L'objectif : garantir des prix parfaitement fiables, accélérer l'e-commerce et améliorer la disponibilité des produits en rayon.

Au-delà de ces premiers usages, DM et Vusion souhaitent approfondir leur collaboration en R&D pour concevoir de nouvelles expériences d'achat. Les données sur les produits et leur emplacement, collectées par EdgeSense, alimenteront des agents d'IA contextuelle, capables de comprendre les demandes des clients et de les guider vers les bons produits en magasin. Ce partenariat technologique permettra de tester ces applications en conditions réelles, en point de vente, en associant la connaissance qu'a DM de ses clients à l'expertise technologique de Vusion.

« Nous voulons que chaque visite chez DM soit simple, agréable et adaptée aux besoins de nos clients. La technologie doit simplifier le quotidien de nos collaborateurs, et leur libérer du temps afin qu'ils puissent se consacrer aux consommateurs. Avec Vusion, nous bâtissons l'infrastructure numérique qui nous permettra d'y parvenir à grande échelle. Nos équipes accèdent plus vite aux informations et aux services dont elles ont besoin. Nos clients, eux, s'orientent en magasin, trouvent le bon produit et obtiennent les informations utiles. Notre ambition : une technologie qui s'adapte à la façon dont chacun veut faire ses courses », commente **Christoph Werner, Président du Directoire de dm-drogerie markt.**

« La décision de DM le prouve : le magasin connecté est désormais au cœur du commerce de demain. Qu'une enseigne aussi attachée à ses clients s'associe à nous démontre que le numérique peut renforcer ce qui fait la force du commerce physique. En reliant produits, emplacements et équipes, nous améliorons dès aujourd'hui l'exécution en magasin. Et nous alimentons déjà les agents d'IA de demain

[1] Source : https://www.ey.com/de_de/insights/consumer-products/ey-parthenon-retail-performance-ranking-2025

en données issues du terrain, pour leur permettre de proposer de nouveaux services et des expériences d'achat connectées », conclut **Thierry Gadou, Président-Directeur général de Vusion.**

EdgeSense créera une carte numérique des produits dans les magasins DM et ouvrira la voie à de nouveaux services pour des achats plus simples et plus intuitifs. Grâce à la localisation précise des articles, les clients pourront se faire guider en magasin et trouver plus vite ce qu'ils cherchent. Les équipes, elles, gagneront du temps dans la recherche de produits et la préparation des commandes en ligne, et pourront se consacrer davantage au conseil et à la relation client. EdgeSense dialoguera par ailleurs de façon native avec les robots qu'Ubica déploie dans les magasins, pour des opérations plus fluides et un meilleur service client.

Déjà adopté par d'autres grandes enseignes, EdgeSense franchit ici une nouvelle étape. Cet élargissement renforce la position de Vusion auprès des distributeurs de produits de beauté, santé et bien-être dans le monde et démontre que la plateforme est adaptée à tous les formats de magasin.

À propos de dm-drogerie markt

DM est une enseigne de premier plan spécialisée dans les produits d'hygiène, de beauté et d'entretien et un distributeur omnicanal de produits de droguerie en Allemagne et en Europe. En Allemagne, dm emploie environ 63 600 personnes et exploite plus de 2 150 magasins. En Europe, l'enseigne compte environ 93 000 collaborateurs et plus de 4 200 magasins. Dans l'enquête Customer Monitor 2026, les clients l'ont une nouvelle fois élue droguerie préférée. Des études et enquêtes indépendantes confirment régulièrement l'excellente image de sa culture d'entreprise et de coopération. Pour son engagement en faveur du développement durable, dm a reçu le Prix allemand du développement durable (Deutscher Nachhaltigkeitspreis) dans la catégorie « Commerce de biens de consommation 2024 ». Pour en savoir plus sur l'impact social de dm, consultez son « Rapport de développement durable ».

Contact presse
dm-drogerie markt GmbH + Co. KG
Jan-Henrik Mende
Porte-parole
presse@dm.de
+49 721 5592 1195

À propos de Vusion

Vusion est le leader mondial des solutions de digitalisation du commerce physique augmentées par l'intelligence artificielle. L'entreprise compte parmi ses clients plus de 350 grands groupes de distribution à travers le monde.

L'entreprise développe des technologies réunissant IoT, data, cloud et intelligence artificielle afin de rendre possible l'avènement des magasins augmentés par l'IA et de soutenir un commerce connecté. Vusion accompagne les enseignes dans la transformation de leurs magasins physiques en environnements intelligents, performants et adaptatifs, en améliorant l'excellence opérationnelle, en permettant le e-commerce local, en déployant un commerce piloté par la donnée, et en activant les médias retail digitaux et les expériences client en magasin.

Grâce à un écosystème intégré structuré autour de trois couches complémentaires, Vusion Intelligence, Vusion Connect et Vusion IoT, Vusion délivre l'Artificial Intelligence of Things (AIoT) pour le commerce, en transformant les signaux magasin en temps réel en enseignements actionnables et en performance mesurable à grande échelle.

Pionnier du Positive Commerce, Vusion s'engage à construire un avenir du commerce plus durable, plus transparent et plus centré sur l'humain. L'entreprise soutient l'initiative United Nations Global Compact et a obtenu la notation Or d'EcoVadis, référence mondiale des évaluations de la performance RSE des entreprises.

Vusion est cotée sur le compartiment A d'Euronext™ Paris et fait partie de l'indice SBF 120.

Code Mnemo : VU – Code ISIN : FR0010282822 – Reuters : VU.PA – Bloomberg : VU.FP

www.vusion.com

Contact presse : vusiongroup@publicisconsultants.com