



В изпълнена с предизвикателства година dm България отчита оборот от над 157 млн. лв.

Компанията инвестира над 5,4 милиона лева

Благодарение на dm в България има нова професия – „дрогерист“

***dm дарява на УМБАЛСМ „Н. И. Пирогов“ и УМБАЛ „Александровска“
апарати за обдишване на стойност 36 600 евро***

София, 12 ноември 2020 г. dm България отчете оборот от над 157 милиона лева за финансовата година 01.10.2019–30.09.2020 г., което е ръст близо 4% спрямо предходния отчетен период. Компанията завърши финансовата година с 87 магазина в 27 града, а броят на служителите е близо 800. За последната година бяха направени и инвестиции в размер на 5,4 милиона лева за разширяване и обновяване на мрежата от магазини.

Фактът, че дори и през изпълнената с предизвикателства 2020 г. оборотът на водещата верига за търговия стоки у нас расте, показва, че хората се доверяват на dm България и харесват бизнес модела на компанията, който предлага бързо и удобно пазаруване на над 14 000 продукта и компетентна консултация. Освен традиционно популярните и харесвани козметика, продукти за дома, бебето, био и натурални продукти и други, много търсени бяха и стоките за дезинфекция, като гелове, кърпички и предпазни маски.

През последната година dm продължи да следва политиката си да поставя човека в центъра на своята дейност – като клиент, служител и партньор. По отношение на клиентите компанията продължи активно да развива асортимента си и така предостави на хората възможност да пазаруват нови за българския пазар продукти. Основен фокус беше поставен върху устойчивото развитие и продуктите, които помагат за опазване на планетата. Това включва разработване на биоразградими рецептури за продуктите от собствените dm марки, производство на опаковки от рециклирани материали и постоянен ръст на рециклируемите опаковки.

Компанията изключително бързо откликна и на новите нужди на хората, породени от Covid кризата и разшири асортимента си с разнообразие от дезинфекциращи продукти както за ръце, така и за дома, предложи и предпазни маски. Освен това от август 2020 г. dm въведе стратегия на дълготрайни цени за всички свои магазини „Трайно изгодно“. Така, вместо при краткотрайни намаления, клиентите на dm пазаруват на трайно изгодни цени при чудесно съотношение цена - качество.



Политиката да се поставя човекът в центъра на дейността на dm се изразява и в стремежа на компанията да развива служителите както професионално, така и личностно и да оценява положените усилия. Затова през 2020 г. бяха инвестирани повече от 100 000 лева в различни обучения и курсове. Водещ акцент в програмата за повишаване на квалификацията беше разширяването на обхвата на обучението на dm дрогеристи по австрийска програма и провеждането на продуктови тренинги и на курсове за личностно развитие и за работа с клиенти. Като част от добрите HR практики на dm, през месец септември повече от 600 служителите, които са на „първа линия“ в магазините и логистичния център на компанията получиха бонус в размер на средно 20% от месечното си възнаграждение. Така водещата верига за търговия с дрогерийни стоки в България благодари на хората, които в условията на пандемия работят с клиенти и осигуряват непрекъсваемост на доставките.

През 2020 година компанията продължава да подкрепя и важни социални каузи. В края на месец ноември ще бъде второто издание на кампанията Giving Friday, в рамките на която dm ще дари 3% от оборота, направен на 27 ноември в магазините в цяла България, в подкрепа на дейността на Звено „Майка и бебе“ към SOS Детски селища България. Друга инициатива е оказването на помощ в борбата с Covid пандемията. Като отговорна компания dm дарява уреди за обдишване в 6 държави, в които развива дейност. В България ще бъдат дарени два такива апарата на стойност 36 000 евро на Covid отделенията на болниците „Н. И. Пирогов“ и „Александровска“.

В резултат на постоянния стремеж да отговаря на нуждите на хората чрез разширяване на асортимента и бърз отговор на търсенето на клиентите, да развива служителите си и да подкрепя устойчивото развитие, dm получи наградата „Най-добър международен ритейлър“ в България за 2020 г. на сп. „Progressive“. Освен това компанията беше отличена и в 6 категории в конкурса „My Love Marks“.

dm е лидер по оборот в дрогерийния сектор в България с рекордните 157,3 милиона лева

През последната финансова година dm България отбеляза ръст на оборота от близо 4% до 157 351 706 лева. Това отрежда лидерска позиция на компанията в сектора на търговията с дрогерийни стоки у нас по показателя оборот.

dm България е част от водещата група за търговия с дрогерийни стоки в Германия и Централна и Източна Европа (ЦИЕ) – dm, която за финансовата 2019/2020 година отбелязва приходи в размер на 11,519 милиарда евро, което е ръст от 2,9% на годишна база. Подгрупата Австрия и ЦИЕ, която обхваща Австрия и 11 държави от региона, включително и България, отчита ръст на оборота от 5,3% до 2,97 милиарда евро. Общо магазините на концерн dm са 3 765, а служителите повече от 62 600.

За една година dm инвестира повече от 5,4 милиона лева в България

През изминалата финансова година dm България направи инвестиции в размер на 5,41 млн. лева в България. Те бяха реализирани основно за разширяване и модернизиране на



филиалната мрежа, като в периода 01 октомври 2019 г. – 30 септември 2020 г. бяха открити 7 нови магазина. Така към дата 30.09.2020 dm има 87 магазина в 27 града. Плановете на компанията са през следващата финансова година да бъдат открити още 7-8 магазина. С разширяването на филиалната мрежа, нарасна и борят на служителите, които вече са почти 800.

dm се адаптира изключително бързо към новите условия и запази работните места на всички свои служители

След обявяването на първите случаи на коронавирус в България, dm за изключително кратък период от време предприе ефективни мерки за осигуряване на безопасността на служителите и клиентите в магазините според предписанията на здравните власти. В спешен порядък бяха осигурени средства за лична защита за хората в магазините, логистичния център и централния офис и бяха доставени средства за дезинфекция както на хората, така и на работните помещения.

Хората оцениха изключително високо действията на компанията и в периода на кризата нямаше напуснали служители по причини, свързани с пандемията. Освен това в компанията не беше намален размерът на възнагражденията и нито един служител на dm не беше съкратен или изпратен в неплатен отпуск.

Магазините се дезинфекцираха минимум два пъти дневно

dm България въведе и изключително строги мерки за гарантиране на безопасността и здравето на клиентите. Минимум два пъти дневно в магазините на компанията се извършва цялостна дезинфекция с професионални препарати, която обхваща подовете, количките и кошниците за пазаруване и касовата зона. На входа на всеки магазин са разположени дезинфектанти за клиентите и ясни указания за безопасност, в самите филиали са поставени ярки и лесно забележими ленти за указване на дистанция между клиентите, а на касите са монтирани плексигласови прегради. Освен това още от средата на месец март в сектор декоративна козметика беше ограничено използването на тестери и хората бяха призовани да не отварят изложените продукти.

Повече от 600 служители получиха Covid-19 бонус

По време на извънредното положение в периода март-май работеха повече от 80 магазина на dm България и служителите в тях бяха на „първа линия“ в обслужването на клиенти и успешно отговориха на повишеното търсене в първите седмици на извънредното положение. Те бяха подпомогнати и от колегите си от логистичния склад на компанията, които осигуриха непрекъсваемост на доставките и така стотици хиляди българи пазаруваха без затруднения любимите си продукти от огромния асортимент от над 14 000 стоки на dm България. Като израз на благодарност за усилията на своите повече от 600 служители в магазините и логистичния център, ръководството на компанията взе решение да възнагради положените усилия с еднократен паричен бонус от средно 20% от месечното възнаграждение за месец септември.



dm въведе „трайно изгодни“ цени

dm България въведе политика на дълготрайни цени за всички свои магазини в страната, с която поема ангажимент да не увеличава цените на стоките за период от минимум 4 месеца. В центъра на ценовата стратегия на трайно изгодните цени стои интересът на потребителите, техните потребности и нужди, като така те пазаруват любимите си продукти достъпно и за дълго време. Тази ценова стратегия се прилага успешно от години в 9 държави, сред които Германия, Австрия, Унгария, Чехия и Словакия. Концепцията е създадена от Гьотц Вернер, основателят на dm, съвместно с потребителското сдружение „Инициатива на критичните потребители“ в Германия – една от най-големите организации за защита на потребителя в Европа.

Клиентите на dm България вече могат да пазаруват онлайн през foodpanda

През месец май dm стартира партньорство с foodpanda. Благодарение на това хората в 17 града у нас могат да поръчат онлайн близо 1 300 от любимите си продукти без да ходят до магазина и те да им бъдат доставени до 1 час. Обхванати са най-важните асортиментни групи. Дамите могат да поръчат онлайн най-необходимото за красотата – бои за коса, шампоани, кремове, гримове, парфюми и дезодоранти, продукти за грижа за тялото и така нататък. През платформата foodpanda са достъпни и продукти за грижа за бебето като био бебешки храни, адаптирани млека, пелени, гащички и мокри кърпички, биберони, бебешки шампоани и много други аксесоари.

В категорията на био храните са налични брашна, различни видове паста, мюсли, солети, сокове, био млека, вафли и още десетки продукти. Повечето от тях са от собствената марка dmBio, която включва сертифицирани продукти с изключително високо качество на разумна цена. Хората ще могат да открият и най-необходимите продукти за грижа за дома, дезинфектанти и лични предпазни средства. Освен това се предлагат и храни за домашни любимци и витамини и хранителни добавки.

Новото в онлайн асортимента на dm са голямо разнообразие от идеи за подаръци за предстоящите празници, което включва подаръчни комплекти, парфюми, декоративна козметика, коледни комплекти dmBio, както и подаръчни торбички и опаковки. Тази секция ще бъде активна към края на месец ноември и с това предлагания асортимент ще нарасне на 2000.

dm стартира първия дуален клас в България по професия „дрогерист“

dm последователно работи за въвеждането на нова за България професия – „дрогерист“ и през 2020 година тя беше официално регистрирана у нас с официално наименование "Консултант козметични, парфюмерийни, биологични продукти и битова химия". В резултат на това през месец септември 2020 г. стартира първият клас в България за обучение по тази професия по австрийска програма. По инициатива на компанията, първите 13 деца започнаха 5 годишен гимназиален курс в Професионалната гимназия по химични и



хранително вкусови технологии „Д. И. Менделеев“ в гр. Варна. Те ще се обучават в системата на дуалното обучение.

Наред с утвърдените общообразователни предмети, учениците ще изучават и специализирани дисциплини като химия, ботаника и фармакогнозия, стокосзнание, фармакология, токсикология, козметика, биология и предприемачество. Освен това подробно ще се изучава не само състава на козметични, биологични и химични продукти, но и какво е тяхното въздействие върху човешкото тяло.

Още в 11-и и 12-и клас под формата на дуално обучение те ще могат да работят във вериги магазини на намалено работно време с подписани трудови договори. Голямото предимство на професията е, че тя се получава в рамките на средното образование. Няма следващо ниво на подготовка, като това е стандарт в Австрия и Германия.

„Дрогерист“ е професия, която в немскоезичния свят - Германия, Австрия и Швейцария, съществува от десетилетия. Нейното развитие е свързано с нарастването на популярността на специализирани вериги за търговия с дрогерийни стоки като dm и разширяването на асортимента в тях, което налага в магазините да има обучени специалисти и така започва развитието на професията, която бързо се утвърждава като базова за сектора на търговията с дрогерийни стоки.

В системата на дуалното обучение dm България участва активно в професионалната подготовка на ученици по още две професии - „Икономист – търговия“ и „Спедитор логистик“. Към момента по тях обучават 66 ученици в 7 гимназии в страната.

dm инвестира повече от 100 000 лева за развитие на хората в компанията

Ситуацията, предизвикана от корона кризата, не повлия на програмите на dm България за развитие на хората в компанията. Основен акцент беше поставен върху обучението на „dm дрогеристи“ по австрийска програма, като към момента такава квалификация са придобили 104 служителя. Успоредно с това продължава и активното провеждане на продуктови тренинги и на обучения за работа с хора и личностно развитие, които в новите условия се провеждаха дистанционно. Всичко това е важна част от политиката на dm да подкрепя израстването на хората в компанията и за целта през 2020 г. бяха инвестирани повече от 100 000 лева. Това се оценява високо от служителите и те определят dm България като добър работодател, който биха препоръчали на своите близки.

dm замени Black Friday с Giving Friday

Като алтернатива на традиционния вече и за България „Черен петък“, dm България за втора поредна година ще проведе кампанията Giving Friday, която е с благородна кауза. За първи път кампанията се проведе на 29 ноември 2019 година. В този ден 2% от дневния оборот във всички магазини на dm бяха дарени на Центъра по детска хемодиализа към „Специализирана болница за активно лечение по детски болести - проф. д-р Иван Митев“ – София. По време на Giving Friday бяха събрани 10 800 лева като с подкрепата на партньори



сумата достигна 15 000 лв., с които беше закупен съдов доплер за болницата. Тази година dm България отново организира Giving Friday, като този път ще дари 3% от оборота си на 27 ноември 2020 г. в подкрепа на Звено “Майка и бебе” към SOS Детски селища.

Друга значителна CSR инициатива на dm е и даряването на специализирани апарати за обдишване в 6 държави, в които компанията е представена. Това е проект на концерна dm и е продължение на политиките за социална отговорност на компанията, с които тя желае да даде своя принос за справяне с коронавирус пандемията. В България ще бъдат дарени два от уредите - на Covid отделенията на спешната болница „Н. И. Пирогов“ и на университетската болница „Александровска“, които са на първа линия в борбата с пандемията. Апаратите, които са от марката Dräger, са закупени от Германия и са на стойност 36 600 евро.

dm е „Най-добър международен ритейлър“ в България за 2020 г.

Благодарение на добрите си резултати през изминалата година, на инвестициите в развитието на служителите, на непрестанното разширяване на асортимента и на политиката за стимулиране на устойчивото развитие, през месец октомври dm, беше обявена за „Най-добър международен ритейлър“ в България за 2020 г. Наградата беше присъдена по време на 11-а годишна церемония „PRogressive Awards 2020“, организирана от сп. „PRogressive“.

dm България спечели наградата за „Най-добър международен ритейлър“, благодарение на гласовете на повече от 11 000 висши и средни мениджъри от сектора на търговията с бързооборотни стоки и на свързаните с него бизнеси. При определянето на победителя в категория „Най-добър международен ритейлър“ бяха взети предвид множество критерии като постигнати резултати, оценка от партньори, предимства пред конкурентите, размер на инвестициите и внедрени иновации.

Във връзка с финансовите резултати и инвестициите на компанията Андрей Петров, Председател на Борда на управителите на dm България, заяви: „Ние сме много горди, че в тази, изпълнена с предизвикателства, година отбелязахме ръст в оборота, което ни прави безспорен лидер в сектора у нас по този показател. Затова искам да благодаря на всички - хората в магазините, логистичния център и в централния ни офис, за тяхната всеотдайност, тъй като без тях нямаше да се справим. Аз съм сигурен, че dm ще запази водещата си позиция на пазара на дрогерийни стоки в България. Ние ще продължим развитието на мрежата си, разширяването на портфолиото ни и модернизацията на магазините. Така хората ще могат и в бъдеще да се възползват от бизнес модела на dm, който им предоставя огромно разнообразие от над 14 000 дрогерийни стоки и пазаруване в модерни и уютни и сигурни магазини, в които могат да получат професионален съвет от отлично подготвен dm дрогерист.“



За dm drogeriemarkt и dm България

dm drogeriemarkt принадлежи към най-големите вериги дрогерии в Централна и Източна Европа. Първият магазин е отворен през 1973 г. в Карлсруе, Германия, а първият филиал в Австрия – през 1976 г. в град Линц. Централата на групата се намира в Залцбург, Австрия. Днес dm е представен в 13 страни в Европа.

dm България се присъединява към групата на 29 януари 2009 г. с първия си магазин за дрогерийни стоки в град Видин. Към днешна дата филиалната мрежа се състои от 88 магазина в 27 града в страната, а служителите на компанията са близо 800. Асортиментът на dm обхваща над 14 000 дрогерийни стоки като изключително голям брой козметични продукти, парфюмерия, стоки за дома, храна за домашни любимци, бебешки продукти и много други. Многообразният асортимент е допълнен и от 30 собствени марки на dm, като най-популярни между тях са: Balea, babylove, alverde, Dontodent, Denkmit, Profissimo и dmBio. В магазините за дрогерийни стоки на dm България не се предлагат лекарствени продукти и медицински изделия.

Целта на dm е да изгражда компания, отговаряща на потребностите на клиента, да е надежден и коректен партньор, да предлага на служителите си възможности за развитие. Затова dm поставя човека в центъра на своята дейност – като клиент, служител или партньор. „Тук съм човек, тук пазарувам“.

За повече информация:

Добромир Стоянов
Мениджър клиенти
Grozdanov Communications Consulting

Тел.: 02 865 42 61
GSM: 0889 919 364
E-mail: d.stoyanov@grozdanov.net