Доклад за устойчивост

Финансова 2023/2024 година

ТУК СЪМ ЧОВЕК
ТУК ПАЗАРУВАМ

Предговор 6

1 **Устойчивост чрез диалог**

Свързваща организационна структура 10

Устойчиво икономическо управление 20

2 **Действия за развитие и напредък**

Отговорност при формиране на асортимента 32

Непрекъснато управление на качеството 40

Комуникация с клиентите, която повишава осведомеността 46

Надеждна IT сигурност и защита на данните 54

Съдържание

3 Действия в хармония с природата

Комплексни мерки за опазване на климата 64

Опазване на ресурсите и кръгова икономика 89

Биологично разнообразие 103

Разумно използване на водните ресурси 116

Свеждане до минимум на въздействието върху околната среда 120

4 Действия в дух на сплотеност и взаимодействие

Жизнена работна общност 128

Отговорни вериги за създаване на стойност 154

Обществен ангажимент 168

Приложение

Списък на таблиците 178
Списък на диаграмите 179
Речник 180
ESRS-Index 182
За доклада 186
Impressum 187

Mit Scan&Go
bequemer einkaufen
Produkte selbst scannen, gleich einpacken und an der Kasse
nur noch zahlen – ohne aus- und einzupacken.
Hier im
dm-Markt
testen
dm
Lust auf Zukunft

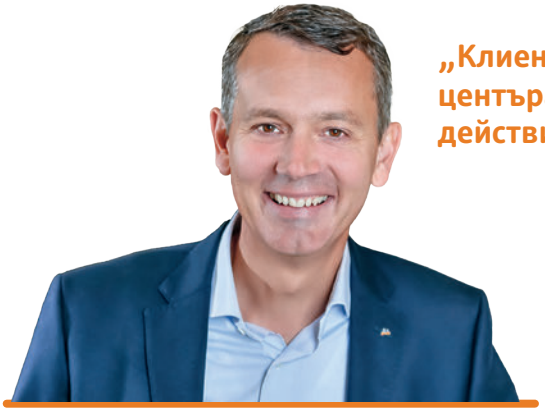
dm
P
dm
Wir freuen uns,
Du mit
s feierst
dm

Стремеж към бъдещето

Като работна общност ние искаме да имаме положителна роля във формирането на бъдещето. Нашият „Доклад за устойчивост“ обобщава целите, които сме си поставили като dm група, и идеите, които прилагаме по пътя към тяхното осъществяване.

Кристоф Вернер:
Развитието и обновлението са основни теми, които ни занимават в нашето работно всекидневие в dm, за да продължим да сме устойчиви в бъдеще. Нашите фирмени ценности и принципи ни ръководят при подбора на подходящ асортимент от стоки и услуги, които да отговарят на нуждите на нашите клиенти.

Харалд Бауер:
В този контекст движеща сила за нас са нашите духовни и културни възгледи и постоянният ни фокус върху хората – върху нашите клиенти, както и върху хората, които желаят да работят в dm или с dm в 14 държави. Тези основни принципи намират израз в нашите разнообразни мерки, за които са представени примери в доклада за устойчивост.



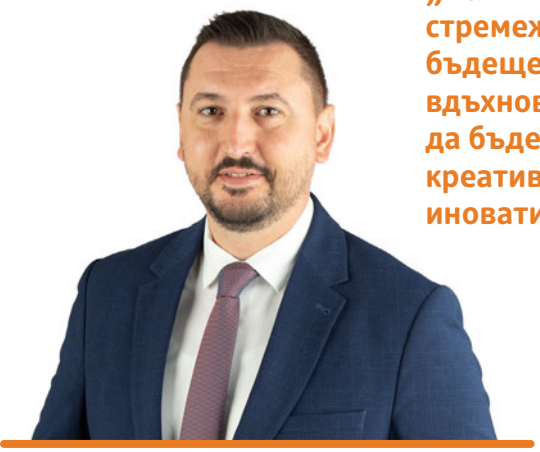
„Клиентът е в центъра на нашите действия.“

Кристоф Вернер
Председател на Борда на управителите на подгрупата dm Германия

Андрей Петров:
Прилагаме нашите мерки с ясна визия за утрешния ден. Знаем какво искаме да постигнем в бъдеще и сме уверени, че сме на прав път. Именно тази увереност ни вдъхновява да подхождаме творчески, да разработваме устойчиви идеи, да изследваме нови подходи и да поемаме по нетрадиционни пътища. Мога да дам пример с нашите екологично балансирани продукти Pro Climate, чрез които подкрепяме мерки за ренатурализация.

Кристоф Вернер:
Посещенията и обмяната на опит с колеги в различните държави, в които dm осъществява дейност, показват, че трябва да оставим възможно най-голяма свобода на действие при вземането на решения на местно ниво, за да осигурим възможност за подходящи решения в зависимост от конкретната ситуация. В същото време е важно да имаме единно разбиране за нашата роля в търговията на дребно и по отношение на принципите ни за вземане на решения.

Андрей Петров:
Сътрудничеството между страните в групата е много важно и неговото засилване е от голямо значение. То ни дава възможност да споделяме знания и опит и да черпим добри практики един от друг. Така успяваме да се справяме по-добре с предизвикателствата, пред които се изправяме – всеки в своята страна, но и всички заедно като група в днешния свят.



„Нашият стремеж към бъдещето ни вдъхновява да бъдем креативни и иновативни.“

Андрей Петров

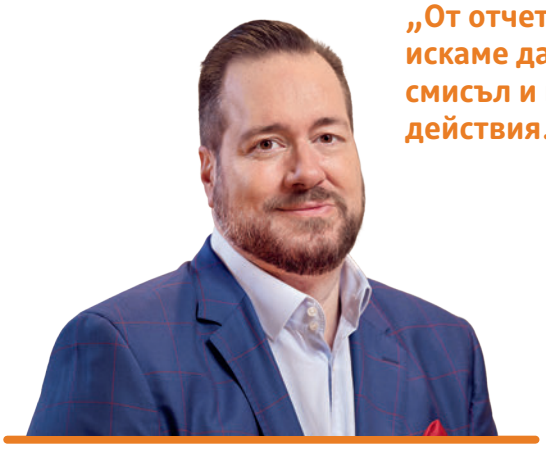
Председател на Борда на управителите на dm България

Харалд Бауер:
Целият международен екип по проекта се ръководеше от идеята, че докладът не трябва да изпълнява бюрократично задължение, а по-скоро да насити това задължение със смисъл: постигнатата прозрачност ни помага да разпознаем ключовите области за действие и да приложим още по-целенасочени мерки. Освен това от доклада става ясно колко много ценни и уникални проекти се реализират във всички държави, в които dm осъществява дейност – това ни прави горди и мотивира желанието ни да се справяме още по-добре.

Андрей Петров:
Добър пример за това как подхождаме при реализацията на проектите, така че да постигаме целите си, е нашата стратегия за околната среда. Тя обхваща всеки аспект от дейността ни и ясно очертава ангажиментите ни. Всички знаем, че екологичните ресурси на планетата са ограничени. Затова нашата стратегия разглежда наред с емисиите, които влияят на климата, и други въздействия върху околната среда. Използваме конкретни показатели, за да измерим нашите успехи. Важно е обаче те да бъдат внимателно анализирани, за да избегнем погрешни заключения. Затова в настоящия доклад обясняваме контекста на действията ни и взаимовръзките между тях.

Харалд Бауер:
Изготвянето на този първи съвместен доклад със сигурност беше предизвикателство за нас. Все още се сблъскваме с някои пропуски и неясноти, доколкото не разполагаме с необходимите данни. В същото време тази съвместна работа беше много ценна като учебно поле, за да се създадат необходимите основи и рамкови условия за бъдещите доклади.

Кристоф Вернер:
Нашият доклад за устойчивост документира нашия ангажимент и нашия принос за устойчивото развитие на обществото. Той показва къде се намираме в момента и какво още желаем да постигнем. Последователната ориентация към клиента винаги е в центъра на нашите действия. Доверието и признанието на нашите клиенти са най-силни, когато отчитаме техните индивидуални човешки потребности. Постигаме това, като се отнасяме с грижа към хората и към околната среда. Нашата цел в dm е всеки ден да правим всичко възможно за това.



„От отчетността искаме да извлечем смисъл и конкретни действия.“

Харалд Бауер

Председател на Борда на управителите на подгрупата dm Австрия от началото на 2025 г.

1

Устойчивост чрез диалог

Свързваща организационна структура

Устойчиво икономическо управление

Свързваща организационна структура

Зачитането на индивидуалността на хората и осъзнатото устойчиво поведение са сред основите на нашия успех. Нашата фирмена философия, принципите на dm и диалогичната фирмена култура формират основата, която дава възможност на всеки човек в нашата работна общност да действа по устойчив начин. Вярваме в свободата и способността на хората да се развиват и съзнателно сме формулирали принципите си открито.

Тук съм човек, тук пазарувам

dm-drogerie markt е основана през 1973 г. в Германия и постепенно се превръща в една от най-големите вериги дрогерийни магазини в Европа. От 2009 г. работи и в България.

От 1992 г. насам мотото „Тук съм човек, тук пазарувам“ изразява нашия мироглед. Във всички наши взаимоотношения – с клиенти, колеги и партньори, но също и спрямо природата – ние се придържаме към идеята за „човечност и партньорство“.

Предлагаме на нашите клиенти отлична експертиза в областта на дрогерийните продукти и богат асортимент. В допълнение при нас те могат да ползват многобройни услуги, като например приложението Моят dm, онлайн магазина на dm и програмата за лоялни клиенти.

Информацията в този доклад се отнася за групата dm и за dm България.

Групата dm е организирана в две подгрупи. В допълнение към германския пазар, от 2022 г. подгрупата dm Германия отговаря и за бизнеса в Полша. Освен Австрия подгрупата dm Австрия включва още единадесет държави от Централна и Югоизточна Европа: Унгария, Чехия, Словакия, Словения, Хърватия, Сърбия, Босна и Херцеговина, Румъния, България, Северна Македония и Италия. За улеснение и по-добро разбиране по-нататък ще се говори за групата dm (накратко dm), подгрупата dm Германия, подгрупата dm Австрия или dm България.

Към 30 септември 2024 г. ние управляваме 4116 магазина dm в Европа (2169 в подгрупата dm Германия и 1947 в подгрупата dm Австрия, включително 114 в България), както и онлайн магазини dm във всички държави, в които оперираме, с изключение на Северна Македония.

Обръщаме специално внимание на тясната връзка между пазаруването на място в магазините и дигиталните услуги.

Териториално покритие на магазините на dm

Групата dm се увеличи през финансовата 2023/24 година с общо 80 dm магазина.

*Година на откриване

Ефективност в цялата група

Фокусираме се върху положителното и върху способността на хората да се развиват. Нашите ценности и култура формират основата, която ни позволява да действаме устойчиво.

За нас работят 90 069 души в цяла Европа (данни към 30.09.2024 г.), в това число 1570 служители в България. По-голямата част от нашите колеги работят в магазините на dm. Те вдъхват живот на фирмената ни култура и я правят осезаема за нашите клиенти, развиват я и действат самостоятелно. Екипите на dm в магазините се подпомагат от регионални мениджъри, които им предоставят съвети и действат като връзка между dm магазините в даден район и нашите административни отдели и ръководството. Няколко области формират dm регионите, за всеки от които отговаря по един представител на ръководството.

В нашите разпределителни центрове колегите ни се грижат за това постъпващите стоки да бъдат комплектовани за отделните dm магазини по подходящ начин и в точното време. Това гарантира, че богатият асортимент от продукти е винаги наличен на точното място и в точното време.

Седалището на подгрупата dm Германия се намира в Карлсруе – dm-dialogicum. Седемте подразделения на компанията, известни като dm ресори (dm Ressorts), отговарят за организацията на асортимента и комуникацията, разработването и закупуването на марките на dm, финансите и контролинга, логистиката, изграждането и поддръжката на магазините на dm и техническата инфраструктура (dmTECH GmbH), както и за управлението на служителите.

Служителите в dm-dialogicum в Залцбург/Валс работят в ресори, аналогични на тези в dm Германия. Допълнително те имат отговорности, свързани с дейностите на студиата за фризьорство и козметика на dm в Австрия. В качеството си на управленска холдингова компания също предоставят услуги и подпомагат страните от подгрупата dm Австрия.

В България седалището на компанията е в София. Специфичните за региона и страната характеристики се вземат предвид и намират отражение в предлагания асортимент.

Ценностите стават осезаеми във всекидневната работа.

Фирмена философия

Нашата икономическа общност разглежда като постоянно предизвикателство развитието ни като компания, чрез което можем да облагородяваме потребителските нужди на нашите клиенти, да предлагаме възможности за развитие на хората, които работят с нас, и да бъдем за пример в заобикалящата ни среда.

Принципи на dm

- Искаме да се отличим, като използваме всички подходящи маркетингови инструменти, за да спечелим редовни клиенти, които пазаруват осъзнато и чиито нужди облагородяваме с предлаганите от нас стоки, продукти и услуги.
- Искаме да помогнем на всички служители да разберат обхвата и структурата на нашата компания и да вдъхнем на всеки сигурност, че ще бъде оценен обективно в своята роля.
- Искаме да предоставим на всички служители възможност да се учат един от друг, да се опознават като хора, да признават индивидуалността на другите, за да създадат условия за себепознание, желание за развитие и способност да се ангажират с поставените задачи.
- Искаме да развиваме дългосрочно, надеждно и коректно сътрудничество с нашите партньори, за да могат те да се убедят, че сме партньор, с когото могат да реализират целите си.

Диалогична фирмена култура

Всеки разговор има потенциала да доведе до нови прозрения, да укрепи сътрудничеството и да развие целенасочено работната общност на dm. Когато това се случи, разговорът се превръща в диалог — смислен начин за отношение към себе си, към другите и към света. По този начин ние се фокусираме върху способността на хората да бъдат свободни, т.е. върху способността им да се развиват по смислен начин.

По същество това означава, че:

- Ние възприемаме хората като личности и ги подкрепяме в тяхното развитие.
- Всеки служител има свобода на действие и може да формира задачите, вземайки предвид цялостния контекст.
- Ние действаме по собствена инициатива и поемаме отговорност.

Лидерство със сърце и далновидност

Ръководните екипи в групата dm вземат решения по стратегически въпроси, включително по темата за устойчивото развитие.

Ръководният екип на dm България: Андрей Петров (председател на Борда на управителите), Анна Драганова, Цонка Иванова-Терзиева, Евелина Великова, Георги Търнев (от ляво надясно).

За да могат да действат далновидно, всяка година ръководствата разработват заедно и в сътрудничество със своите екипи профилираща стратегия като част от перспективното планиране на дружеството, по чието изпълнение след това се работи в рамките на отделните държави, подразделения и регионите, като ако е необходимо, също между тях. Чрез годишното потвърждаване на темите гарантираме, че те се преразглеждат на редовни интервали от време, за да са актуални, като при необходимост се коригират, за да се съсредоточим върху ключовите аспекти.

От 19 септември 2019 г. Кристоф Вернер, син на основателя на компанията Гьотц В.Вернер (1944 – 2022 г.), е председател на Борда на управителите на подгрупата dm Германия заедно с Маркус Трояński, Себастиан Байер, Кристоф Вернер, Кристиан Хармс, Мартин Далмайер, Керстин Ербе, Роман Мелхер и Кристиан Боди. В dm

Всекидневно

в dm се занимаваме и с въпроса как да се подготвим за бъдещето и как можем да участваме в неговото формиране.

България председател на Борда на управителите е Андрей Петров. През годината ръководния екип на всяка държава редовно обсъжда общи въпроси за съответната държава, както и между държавите и подгрупите – включително темата за устойчивото развитие. Доброволно създаденият Съвет на директорите на dm България също се информира редовно за текущото развитие по темите, свързани с устойчивостта, по време на заседанията си.

Повечето членове на ръководството на dm България отговарят за даден регион на dm и определен ресор от компанията. Това създава по-добра информираност и допринася за това служителите в магазините на dm да бъдат подкрепени по най-добрия начин. Ръководните органи имат поглед върху това как идеите, разработени в компанията, засягат магазините и могат да реагират бързо при необходимост. Във всички страни, в които dm осъществява дейност, законови или доброволни надзорни органи подкрепят и съветват ръководните екипи.

В отделните държави и бизнес области си поставяме конкретни цели, които допринасят за цялостната ни стратегия.

Ръководният екип на dm Австрия и подгрупата dm Австрия (към 01.05.2025 г.): Хуберт Крабихлер, Бернхард Мозер, Петра Мати-Когелник, Харалд Бауер (председател на Борда на управителите), Мартин Енгелман, Андреас Хайдингер, Марлене Драшвандтнер, Томас Кьок (от ляво надясно).

Действие в интерес на цялото

За да засилим международното сътрудничество в рамките на групата, организирахме отделни работни групи и проекти – като например работната група за устойчиво развитие.

В сяка страна, ресор и регион отговаря самостоятелно за изпълнението на своите специфични задачи. В dm България се занимаваме с теми, които засягат различни отдели и региони, в рамките на работни групи, проекти и програми. В зависимост от темата служителите от различните отдели, разпределителния център, отделните региони и магазините на dm работят съвместно, за да вземат предвид възможно най-много гледни точки. Това дава възможност на много служители да се включат активно, което считаме за особено важно за нашето устойчиво развитие. За да можем да вземаме целенасочени и бързи решения и да реагираме гъвкаво на текущи събития, обикновено поне един човек от ръководството участва във всеки голям стратегически проект или работна група.

Всеки служител може активно да допринася по темите, които считаме за особено важни за нашата бъдеща устойчивост.

Внедряване на въпросите на устойчивото развитие в нашата организационна структура

Работна група по устойчивост

dm Германия създаде работна група по устойчиво развитие още през 2009 година. Постоянните участници включват служители от всяко подразделение, други членове на ръководството, а от 2020 г. и – служители от подгрупата dm Австрия. Подобни работни групи са създадени във всички dm държави. В dm България работната група е създадена през 2023 година.

Задачата на работните групи е да популяризират темите за устойчиво развитие, да определят тематични приоритети, да инициират съвместни проекти и да координират по-нататъшната работа в рамките на и извън европейските задължения на компанията за докладване. Участниците разработват нови идеи, свързани с екологичната и социалната устойчивост, и след това ги въвеждат в компанията – например чрез работни групи, които се занимават с теми, свързани с устойчивостта в дадена бизнес област.

Устойчиво икономическо управление

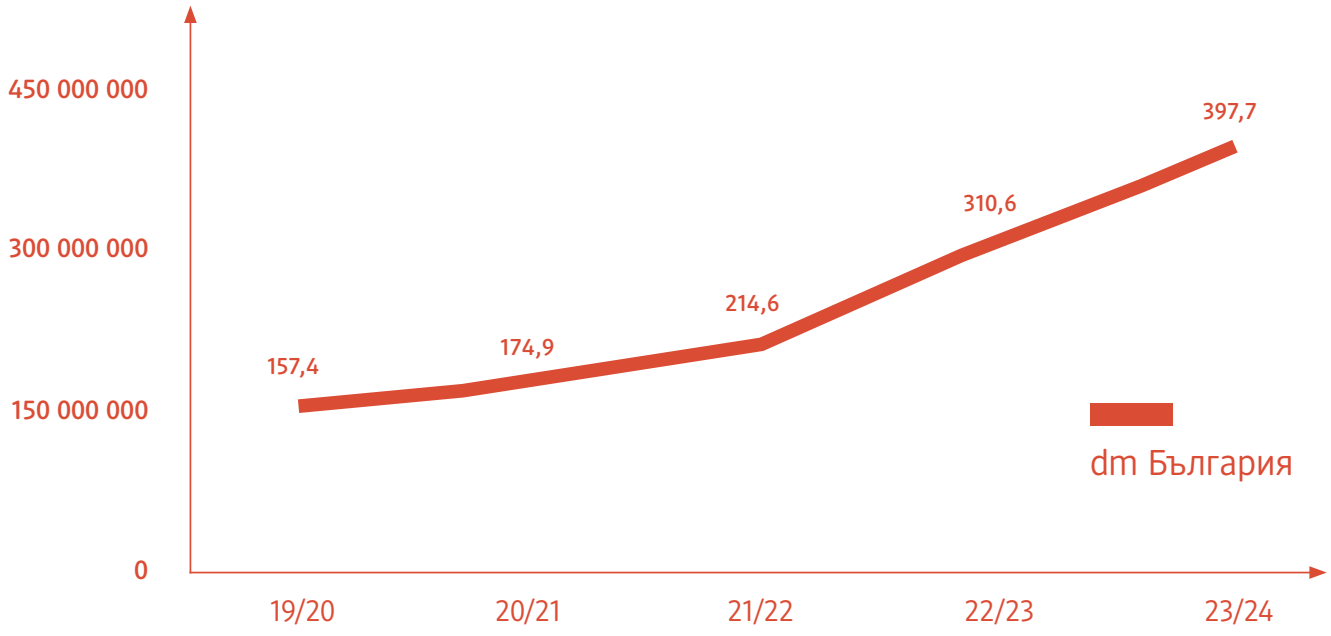
Устойчивото икономическо управление изисква динамична комбинация от финансова стабилност, иновативна сила, устойчивост и адаптивност. Ето защо ние се фокусираме върху дългосрочно и стабилно бюджетиране, инвестираме в перспективни технологии и прилагаме екологосъобразни практики, за да можем не само да опазваме ценни ресурси, но и да стимулираме прехода към по-устойчива икономика. Това създава и доверие сред нашите колеги, партньори и клиенти, което също допринася за дългосрочния успех на dm.

Нашето бизнес развитие

През изминалата финансова година dm се представи изключително добре в България и в Европа.

В края на финансовата 2023/24 г. (01.10.2023 – 30.09.2024) dm България реализира оборот в размер на 397,7 млн. лева, което съответства на увеличение от 28,1% в сравнение с предходната 2022/23 година. Омниканалната стратегия и ориентираният към клиента асортимент, особено собствените марки на dm, допринасят значително за този успех. Нашите клиенти оценяват трайно изгодните цени и високото качество, което също допринася за укрепване на пазарните ни позиции в България и Европа. Истински крайъгълен камък за бъдещите дигитални възможности в dm е осъщественото през финансовата 2023/24 г. обединяване на IT системите на отделните държави в обща едномандантна система: процесите бяха стандартизирани във всички 14 държави, в които dm осъществява дейност. Така данните трябва да се въвеждат само на едно място за всички държави, а анализите са достъпни за цялата група dm с натискане на един бутон. В резултат

Диаграма 1.1: Развитие на оборота



В края на финансовата 2023/24 г. dm България реализира оборот в размер на 397,7 млн. лева, което съответства на увеличение от 28,1% в сравнение с предходната 2022/23 година.

на това приложенията за подобряване на работните процеси и дигиталните услуги на dm за клиентите вече могат да се прилагат много по-ефективно и следователно по-рентабилно.

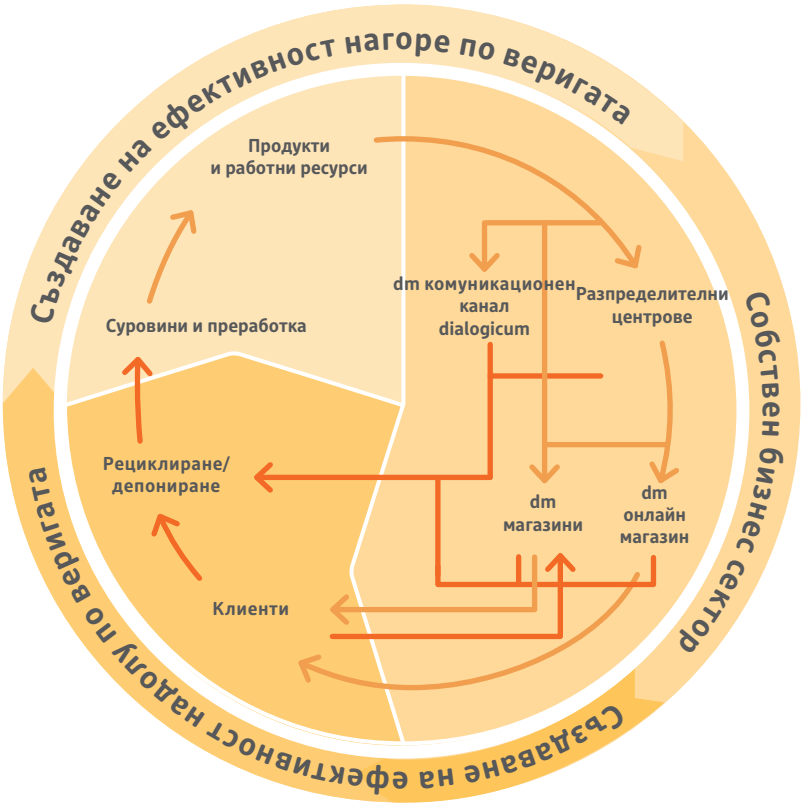
Постоянно следим развитието на бизнеса си чрез многостепенна система за анализ. Като част от управлението на интегритета и риска, например, анализираме всички рискове, свързани с нашите бизнес дейности. Целта е своевременно да разпознаваме отделните рискове, за да можем да ги управляваме ефективно и да действаме добросъвестно. Всички възникнали съществени рискове се докладват незабавно на ръководството от отговорника на съответния отдел.

dm-dialogicum в Карлсруе: място за сътрудничество, което отразява фирмената култура на откритост и комуникация.

Постоянната подкрепа от нашите клиенти ни позволява да инвестираме в устойчиви инициативи и в нашата бъдеща жизнеспособност.

Устойчива фирмена стратегия

Работната общност на dm се стреми да даде своя принос за едно по-добро бъдеще. Където е възможно, ние реализираме нашите вериги за създаване на стойност като цикъл.



→ Транспорт във връзка с производството и продажбата на продукти и необходимите за работата на dm ресурси.

→ Транспорт във връзка с рециклирането и депонирането на продукти и оперативни ресурси.

Устойчивото, иновативно и значимо за хората поведение е част от нашата търговска дейност. Представената като ветропоказател графика на устойчивостта обобщава принципите на това устойчиво поведение и илюстрира връзката и взаимодействието между всички елементи. Тази графика служи като ръководство за служителите и им помага да визуализират измеренията на устойчивостта и да ги включат в процеса на вземане на решения.

В dm сме определили ясни социални, екологични и икономически теми, в които нашата работна общност може да бъде особено ефективна и които са изложени в стратегията за профилиране на компанията. Общите цели за профилиране се отнасят за цялата група dm. При разработването на целите се вземат предвид нуждите на всички заинтересовани страни и резултатите от двойния анализ на значимите теми.

Нашето разбиране за устойчивост

Устойчивото поведение възниква, когато всеки поема отговорност в екологичен, социален, културен и икономически план.

За хората

Сърцето ни бие за човека. Ето защо той е в центъра на всичко, което правим – независимо дали е клиент, колега или партньор. Хората изграждат нашата компания. Като работна общност ние в dm се стремим да допринесем за развитието на утрешния свят в съответствие с човешките потребности – устойчиво, иновативно и смислено.

Фирмена култура

Нашата диалогична фирмена култура ни дава възможност да постигаме целенасочен напредък, да се учим един от друг и да действаме устойчиво. Всеки човек има значение. Това, което нашите колеги постигат всекидневно в своята работа, помага на нашата работна общност да продължава да се развива. Тук диалогът е от решаващо значение. Защото всеки диалог води до нови прозрения и укрепва сътрудничеството. За нас диалогът не се отнася само до начина, по който водим дискусиите, но и до начина, по който се отнасяме един към друг – открито, добронамерено и смислено.

Действия за развитие и напредък

Ние гледаме на индивидуалните потребности на нашите клиенти, на социалните промени и на неочакваните събития като възможност за създаване на нещо ново. Трябва да бъдем постоянно гъвкави, за да инициираме необходимите процеси на промяна на ранен етап и да създаваме предпоставки за напредък. Ето защо насърчаваме икономически подход, който благоприятства дългосрочното и стабилно планиране и стимулира значими иновации.

Действия в хармония с природата

Природата е източникът и основата на човешкия живот. От нас зависи да действаме по начин, който е съвместим с нея, да създадем възможност за нейното възстановяване и да я запазим за бъдещите поколения. Като работна общност и ние се стремим да дадем своя принос за това: да използваме далновидно ресурсите, да ограничаваме отрицателното въздействие върху околната среда и да опазваме биологичното разнообразие. Това означава също, че мислим кръгово и се стремим да затваряме циклите.

Действия в дух на сплотеност и взаимодействие

Само съвместните действия могат да направят утрешния свят по-добро място за всички нас. Защото ние, хората, винаги сме част от общност. Единствено чрез съвместна работа може да се развие чувството за общност. Тя може да възникне от взаимодействието на отделните хора на основата на диалогичната култура, в която всеки може да участва и да даде своя принос. За нас това означава също така да осъществяваме стратегически сътрудничества и партньорства, да работим за общество, в което си струва да се живее отвъд границите на компанията, както и да допринасяме за общото благосъстояние.

Потребностите на нашите заинтересовани страни

Поддържаме непрекъснат и изпълнен с уважение диалог с нашите заинтересовани страни и вземаме предвид техните искания.

Нашите клиенти, колегите ни и нашите партньори (индустриални и производствени партньори, доставчици на услуги и делови партньори) се влияят от нашите търговски дейности и са потребители на информация за устойчивостта. Т.нар. мултипликатори са предимно потребители на информация за устойчивостта; нуждите на природата разглеждаме като „мълчалива заинтересована група“.

Всички служители са част от цялото

В нашата работна общност следваме фирмена култура, ориентирана към диалог, в която всеки колега има свобода на действие и е отговорен за своята област на работа. Служителите ни се информират за основни въпроси, интересни факти и новини чрез традиционните канали за вътрешна комуникация като списания, интранет или електронна поща. Служителите в магазините на dm са оборудвани със смартфони и могат да се свързват и обменят информация чрез тематични групи във фирмената мрежа Viva Engage.

Освен това разработихме уеб базирана система по процедурата за подаване на сигнали за нарушения, достъпна на над 20 езика, която е на разположение на всички заинтересовани страни във веригите за създаване на стойност (вж. подглавата „Отговорни вериги за създаване на стойност“).

.

Превръщане на потребностите на клиентите в наши

Потребностите на нашите клиенти са от основно значение за нас. Най-преките и важни контакти с тях се осъществяват в магазините на dm.

В допълнение ги информираме чрез списанието ACTIVE BEAUTY (подгрупа dm Австрия), нашите дигитални канали и приложението Моят dm. Инвестираме в професионалните и комуникационните умения на нашите служители, за да предоставяме на клиентите си полезни, индивидуални съвети и консултация.

Благодарение на близкия диалог с нашите клиенти – на място в магазина на dm или чрез нашия „Център за обслужване на клиенти“ – ние опознаваме техните потребности и ги вземаме предвид в нашата търговска дейност.

Изграждане и поддържане на дългосрочни партньорства

Поддържаме контакти с голям брой партньори по нашата верига на стойността. Стремим се към коректно и надеждно партньорство с всички тях. Това включва и навременни и бързи плащания и сключване на договори, които осигуряват дългосрочни поръчки.

Провеждаме годишни стратегически срещи, за да информираме нашите производствени и индустриални партньори за текущите бизнес решения и все по-често обсъждаме въпроси, свързани с устойчивото развитие, за да могат те да бъдат отчетени при вземането на бизнес решенията. Това се гарантира и от регулярните контакти между служителите на dm и отделните индустриални и производствени партньори. Нашите производствени партньори отговарят за производството на продуктите с марката dm, докато нашите индустриални партньори доставят други популярни марки продукти за асортимента на dm.

Същото се отнася и за сътрудничеството с нашите наемодатели, логистични компании, фирми за управление на отпадъците, банки, консултанти, застрахователни компании и агенции, които също разглеждаме като партньори. Работим с ангажирани партньори, които осигуряват дългосрочна и ефективна подкрепа за отделните дейности на dm.

Обмен с т.нар. мултипликатори

Нашият стремеж е да информираме възможно най-много хора за развитието, ценностите и услугите на нашата компания. За тази цел поддържаме отношения с редица „мултипликатори“, като например представители на медиите. Влизаме в пряк диалог с тях по време на пресконференции, интервюта и директни разговори. Информираме ги за развитието на нашата компания и чрез прессъобщения, като например в края на финансовата ни година.

Редовно обменяме мнения с експерти от сферата на политиката, бизнеса, науката и научните изследвания, както и с неправителствени организации, за да имаме предвид техния опит при вземането на стратегически решения. Всеки месец получаваме разнообразни запитвания от „мултипликатори“, които достигат до нас по различни канали (напр. „Център за обслужване на клиенти“ на dm, пресцентър или социални медии), на които отговаряме индивидуално и които също вземаме предвид при делови решения.

Важно е за нас

Грижим се за нуждите на нашите клиенти.

На фокус – значими теми на dm

Определяме основните теми на устойчивото развитие, за да можем да ги прилагаме ефективно и решително.

През финансовата 2023/24 г. актуализирахме нашия анализ на значимите теми в съответствие с Европейските стандарти за докладване на устойчивост (European Sustainability Reporting Standards ESRS), като взехме предвид собствената ни сфера на дейност, както и предходните и последващи вериги за създаване на стойност.

Като част от перспективата отвън навътре анализирахме настоящите и потенциалните положителни и отрицателни въздействия на бизнес дейностите на dm върху хората и природата по цялата верига на стойността, като взехме предвид потенциалните рискови области и суровини. В рамките на перспективата „отвън навътре“ за всяка тема идентифицирахме настоящите и потенциалните рискове и възможности, които имат външно въздействие върху групата dm. Всички идентифицирани въздействия, рискове и възможности бяха оценени количествено по скала от едно до пет по отношение на степен и вероятност за възникване – като въздействията бяха допълнително оценени по отношение на техния обхват и обратимост. При това се ръководехме от изискванията на ESRS и, където беше възможно, ползвахме съществуващите структури и методи от управлението на риска на dm. За да вземем предвид потребностите на нашите заинтересовани страни, потвърдихме резултатите от проучването на заинтересованите страни от анализа на значимите теми за финансовата 2021/22 г. и ги включихме в останалата част от процеса. След това използвахме прагови стойности, за да определим значимостта на темите.

Отговорниците за интегритета и управлението на риска и служители от всички отдели във всички държави на dm участваха активно в подготовката на двойния анализ на значимите теми, идентифицирането и оценката на темите и извършването на цялостното потвърждаване на значимите теми.

Резултатите от двойния анализ на значимите теми бяха представени на ръководствата на двете подгрупи на dm през лятото на 2024 г. за одобрение и бяха съгласувани с одиторите.

Експертизата от различни държави и работни групи ни позволи да изготвим задълбочен анализ на значимите теми.

Корпоративна философия (G1)

Клиенти (S4)

Климат и енергия (E1)

Опазване на ресурсите и кръгова икономика (E5)

Биологично разнообразие (E4) – ново

Водни ресурси (E3) – ново

Замърсяване на околната среда (E2) – ново

Работна общност (S1)

Служители във веригите за създаване на стойност (S2)

Обществен ангажимент*

В подготовка за европейското задължение за докладване на устойчивостта групата dm посочва своите значими теми в съответствие със специфичните за всяка тема стандарти на ESRS. Всяка значима тема може да включва няколко въздействия, рискове и възможности, определени като значими. Новите значими теми в сравнение с анализа на значимите теми за финансовата 2021/22 г. са обозначени по съответния начин.

С оглед на новите изисквания за докладване на Европейския съюз потвърдихме предишните си значими теми, добавихме други поради новите разпоредби и ги прегрупирахме за целите на отчитането. Като част от този процес актуализирахме и нашите стратегии, цели и мерки, където беше необходимо.

Всяка значима тема се основава на индивидуални или всеобхватни подстратегии, от които се извеждат подцели в зависимост от областта на въздействие. Като част от нашия годишен процес по определяне на целите и планиране ръководните екипи на двете подгрупи на dm следят постигането на целите и правят корекции, когато е необходимо. Въздействията, рисковете и възможностите, идентифицирани в двойния анализ на значимите теми, са изброени в подглавите на отделните теми и са описани в подраздел „От отношение към действия – нашите въздействия, рискове и възможности“.

2

Действия за развитие и напредък

Отговорност при формиране на асортимента

Непрекъснато управление на качеството

Комуникация с клиентите, която повишава осведомеността

Надеждна IT сигурност и защита на данните

Отговорност при формиране на асортимента

Секторът на търговията на дребно, към който спадат и дрогерийните магазини, е важен икономически сектор в България и Европа, който, наред с други неща, осигурява всекидневното снабдяване с продукти и осигурява много работни места. Той също така стимулира иновациите, включително в областта на онлайн търговията на дребно и дигитализацията.

От отношение към действия

Нашите въздействия, рискове и възможности

Нашият асортимент – върху който като търговец на дребно имаме пряко влияние – е от голямо значение за нас. Виждаме възможности в един ориентиран към устойчивото развитие асортимент от продукти и услуги, чрез които можем да допринасяме за достойно бъдеще. В същото време обаче виждаме и екологични и социални въздействия и рискове. Един от рисковете се крие в нуждата от разнообразни ресурси. Възможно е в бъдеще те да не бъдат достатъчно достъпни поради недостиг на суровини, загуба на биоразнообразие или изменения в климата, което може да доведе до повишаване на покупните цени, забавяне на производствените процеси или прекратяване на доставките. Освен това, като търговска компания, споделяме отговорността за условията на труд по цялата верига на създаване на стойност и потенциално можем да бъдем засегнати от геополитически рискове и инфлация. Поради това сме включили тази тема в настоящия доклад. Други ключови аспекти са разгледани в отделните подглави по темата в целия доклад.

Нашият подход: стратегия, цели и мерки

Създаваме ориентиран към клиента и отговорно подбран асортимент на атрактивни цени, който отговаря на съответните екологични, социални и икономически изисквания, като така го правим устойчив за бъдещето. Искаме да надградим потребностите на нашите клиенти и да им предложим пазаруване, което отговаря на техния начин на живот. Нашата стратегия за омниканална търговия им дава възможност да пазаруват където и когато пожелаят – например онлайн или чрез приложението Моят dm.

Предлагане на устойчив асортимент: Като имаме предвид

Новият дизайн на нашите магазини допринася за приятно пазаруване.

потребностите на нашите клиенти, непрекъснато добавяме все повече устойчиви алтернативи във всички продуктови категории, като в идеалния случай надхвърляме настоящото ниво на развитие и достижения. Искаме да продължим да налагаме щадящи околната среда продукти във всички категории, непрекъснато работим върху усъвършенстването на нашите dm марки и отдаваме значение на спазването на социалните условия на труд и живот в производството.

Повишаване на устойчивостта на продуктите на собствените марки на dm: Работим последователно по стратегията за устойчивост на нашите собствени марки, която обхваща всички екологични и социални аспекти и чиито критерии се проверяват непрекъснато.

Предлагане на устойчив асортимент

Цел	Мерки
Стремим се непрекъснато да увеличаваме дела на устойчивите продукти, като отчитаме потребностите на нашите клиенти.	Разработване на критерии за устойчивост за отговорно формиране на асортимента. Съгласуване на цели, свързани с устойчивостта, с нашите партньори и създаване на система за мониторинг. Предлагане на устойчиви продукти във всички категории (където е възможно) като допълнителна алтернатива на конвенционалните продукти. Насърчаване на концепции за устойчиви опаковки на продуктите. Създаване и утвърждаване сред нашите колеги на задълбочено разбиране за екологичните и социалните предизвикателства и тяхната значимост за устойчиви действия.

Повишаване на устойчивостта на продуктите на собствените марки на dm

Цел	Мерки
Непрекъснато развиваме нашите dm марки въз основа на критериите за устойчивост и въвеждаме иновативни концепции.	Непрекъснато подобряване на аспектите на устойчивостта на dm марките. Редовен преглед и актуализиране на стратегията за устойчивост на dm марките.

Нашият асортимент – разнообразен и ориентиран към клиента

Асортиментът на dm-drogerie markt включва около 1000 марки, включително 31 собствени dm марки и четири кооперационни марки. Общо около 14 000 артикула са на разположение на нашите клиенти в магазините на dm в Германия и между 13 300 и 18 000 артикула в страните от подгрупата dm Австрия (към септември 2024 г.). Това разнообразие от артикули се предлага в следните продуктови линии: „Бебе и дете“, „Храна“, „Здраве“, „Коса“, „Домакинство“, „Грим“, „Грижа и парфюми“, „Домашни любимци“. В онлайн магазините на dm (с изключение на dm Северна Македония) предлагаме допълнително в определени области още продукти и

„Зелен“ етикет

в момента имаме над 22 000 артикула в dm Германия. В подгрупата dm Австрия общият брой на продуктите варира между около 13 800 и 20 300 артикула (към септември 2024 г.). В България към септември 2024 г. асортиментът на dm включва 16 500 артикула, като почти целият е достъпен и онлайн.

Определяме устойчивите продукти като такива на базата на признати продуктови сертификати, които са познати както в международен план, така и в отделните dm държави. Например екомаркировката „Blauer Engel“, която може да бъде открита в различни продуктови категории при нас. Голяма част от предлаганите от dm хранителни продукти са с биокачество и са обозначени със знаци като например „EU-Bio“, „Naturland“, „Demeter“ или „Fairtrade“. Повечето от продуктите са вегетариански или веганski. Освен това при нас клиентите могат да намерят избор от безглутенови продукти – в България над 200 артикула. Не предлагаме единствено биологични продукти, тъй като безглутеновите продукти и по-специално храните за спортуващи, невинаги са с етикет на сертифициран продукт. При козметичните продукти нашите клиенти могат да намерят

Ние сме ангажирани с желанията и нуждите на нашите клиенти.

сертифицирана натурална козметика по стандартите NATURE или Cosmos Standard, а в текстилния сектор – сертификати „Global Organic Textile Standard“ (GOTS). В други продуктови категории може да се намери например екомаркировката на Европейския съюз („EU Ecolabel“).

В dm България делът на артикулите с признат знак за сертифициран продукт непрекъснато се увеличава през последните години – през финансовата година 2023/24 г. той достига до над 14%. Продуктовите линии „Храна“ и „Бебе и дете“ имат най-висок дял на продажби от устойчиви продуктови алтернативи.

При определени условия неопакованите стоки също могат да помогнат да се избегне използването на материали и по този начин да се пестят ресурси. В магазини в страните от подгрупата на dm Австрия се предлагат станции за повторно пълнене на перилни/почистващи/

Сертификатите на продуктите създават прозрачност за нашите клиенти.

Непрекъснато развиваме нашите марки въз основа на критерии за устойчивост.

измиващи продукти. dm Германия тества станции за повторно пълнене на храни от май 2024 година. За повече информация вижте подглавата „Опазване на ресурсите и кръгова икономика“.

В тясно сътрудничество с нашите производствени и индустриални партньори разработваме специфични критерии за устойчивост за отделните продуктови групи, както и стратегии за ключови суровини, които също така разглеждат правата на човека в нашите вериги за доставка. Целта ни е в бъдеще да работим още по-интензивно с нашите партньори за допълнителен напредък по отношение на околната среда и правата на човека в рамките на съвместни целеви споразумения.

Нашите dm марки – устойчиви и иновативни

От самото си създаване dm марките са изцяло фокусирани върху устойчивостта и ние поставяме особено високи изисквания към тях: alverde NATURKOMSETIK (от 1989 г.) и dmBio (от 2015 г.). През 2021 г. разширихме dm марките с продуктите Pro Climate: оттогава сме първата компания, която предлага екологично оптимизирани продукти, които имат оценка за екологичен баланс и чието въздействие върху околната среда се остойностява. Инвестираме пълния размер на тези екологични разходи в проекти за ренатурализация в Германия. От септември 2022 г. в магазините ни и онлайн предлагаме съвместната марка no planet b, за чието производство се използват съставки от отпадни продукти. Допълнителна информация за dm марките можете да намерите в подглавите „Опазване на ресурсите и кръгова икономика“ и „Биоразнообразие“.

Собствените марки на dm се разработват в Германия от мениджърите на марките заедно със съответните партньори за производство. Единствените изключения са dm марките за трикотаж Legstra и Stella Jones, както и марката s-he color&style, които са разработени в dm Австрия и се предлагат само в рамките на подгрупата dm Австрия. s-he color&style включва продукти за грижа за лицето, грим и аксесоари.

Стратегия за устойчивост на dm марките
Още през 2008 г. разработихме стратегия за устойчивост за нашите dm марки, която продължаваме да развиваме въз основа на нови научни открития.
Тя обхваща следните области:

- Климат и опазване на околната среда: измерване и намаляване на емисиите на парникови газове и други въздействия върху околната среда;
- Опазване на ресурсите и кръгова икономика: внимателен подбор на материали, свеждане до минимум на използването на първични материали, увеличаване на възможността за рециклиране;
- Отговорни вериги за доставка: социални условия на труд като зачитане на правата на човека, насърчаване на достойното заплащане на труда, подкрепа за социални проекти и екологични решения в нашите вериги за доставка;
- Отговорни бизнес практики със стабилни и дългосрочни партньорства;
- Комуникация с нашите заинтересовани страни.

Непрекъснато се стремим да минимизираме екологичния отпечатък на нашите dm марки.

Нашите производствени партньори са задължени от Кодекса за устойчиво развитие на dm марките да подпомагат изпълнението на стратегията за устойчиво развитие на нашите dm марки (вж. подглавата „Отговорни вериги за доставка“). По-конкретно, мерките за опазване на ресурсите и оптимизацията на процесите в производството и веригите за създаване на стойност допринасят за по-нататъшното намаляване на екологичния отпечатък на нашите dm марки.

В момента марката dm s-he color&style се адаптира към изискванията за устойчивост на dm марките, управлявани от dm Германия. Поради това съдържанието на настоящия доклад относно dm марките все още не включва марката s-he color&style във всички аспекти. Марките за чорапогащи Legstra и Stella Jones се произвеждат от същите производствени партньори на германската марка за чорапогащи Fascino и по тази причина вече отговарят на изискванията.

Разработване на продукти с помощта на генеративен изкуствен интелект (GenAI)

През 2024 г. разработихме за нашата dm марка Profissimo ароматизатор за стая „Botanical Retreat“ с помощта на генеративен изкуствен интелект (GenAI). Екипът на Profissimo избра „Botanical Retreat“ измежду четири концепции, генерирани от GenAI, и изготви с негова помощ информационен материал за продукта за нашия производствен партньор. Целият процес, включително измислянето на името и дизайна, беше оптимизиран чрез GenAI. За да се гарантира високо качество, принципът „Human in the loop“ (човек в цикъла) остава основен: служителите проверяват всички резултати от GenAI, преди да бъдат използвани. Чрез този пилотен проект получихме ценни идеи за бъдещото интегриране на GenAI в нашите продуктови разработки, за да ги направим по-устойчиви.

Разработен с помощта на GenAI: ароматът за стая Profissimo Botanical Retreat.

Преглед на нашите собствени и кооперационни марки

Лога на всички 28 dm марки и четири кооперационни марки (hautsache, Hallohebamme, Langhaarmädchen и no planet b), които се контролират от подгрупата dm Германия, както и на трите dm марки s-he color&style, Legstra и Stella Jones, които се контролират от подгрупата dm Австрия.

Непрекъснато управление на качеството

Управлението на качеството насърчава непрекъснатото развитие на продуктите и процесите, като в идеалния случай отчита обратната връзка на клиентите, за да бъдат взети предвид потребностите и очакванията им и да се повиши тяхната удовлетвореност. Също така чрез него се проверява до каква степен продуктите отговарят на установените изисквания и стандарти за качество.

Jessa
DISKRET
Einlagen
Extra
Balea
natural
Denk mit
DUFTSPRAY
Pure Sensation
babylove
WINDELN
PREMIUM
Soft & Sicher
Bio
Mivolis
MANDEL HONIG
DEIN BESTES

От отношение към действия

Нашите въздействия, рискове и възможности

Заедно с нашите производствени партньори ние носим отговорност за качеството и безопасността на продуктите с марката dm. По този начин се стремим да изпълним и, когато е възможно, дори да надминем клиентските очаквания – особено по отношение на качеството и безопасността на нашите dm марки, което допринася за повишаване на удовлетвореността на клиентите. Виждаме в това и добра възможност: отговорното, устойчиво разработване на продукти и производството на висококачествени dm марки повишава доверието на нашите клиенти, което се отразява положително и на репутацията на компанията като цяло.

Нашият подход: стратегия, цели и мерки

Предвиждаме и проактивно разработваме изисквания, които надхвърлят законовите, по отношение на качеството и безопасността на продуктите с марката dm и ги прилагаме проактивно заедно с нашите производствени партньори. Управлението на качеството на собствените марки продукти на dm е локализирано в Германия и играе важна роля при взаимодействието между екипите на компанията и производствените партньори, които произвеждат продуктите на dm марките за dm-drogerie markt.

Образцово управление на качеството на продуктите с марката dm, което надхвърля законовите изисквания: Нашата основна цел е постоянно да стимулираме процеса на усъвършенстване, с който сме се ангажирали заедно с нашите партньори, за да можем да продължим да предлагаме безопасни, висококачествени и устойчиви продукти с марката dm. Това се отнася не само за всеки отделен продукт на dm марките, но и за цялостното развитие в рамките на нашите комплексни изисквания за качество, сътрудничеството с нашите производствени партньори и свързаните с тях вериги за създаване на стойност.

Искаме да изпълним очакванията за качество на нашите клиенти и дори да ги надхвърлим, когато е възможно.

Нашите служители проверяват продуктите за външни повреди, преди да попаднат на рафта.

Образцово управление на качеството на продуктите с марката dm, което надхвърля законовите изисквания

Цел	Мерки
Нашата цел е да продължим да предлагаме безопасни, висококачествени и устойчиви продукти с марката dm.	Непрекъснато усъвършенстване на изискванията за качество на продуктите с марката dm. Постоянно стимулиране на процеса на непрекъснато усъвършенстване. Прилагане на мерки за вътрешен контрол по отношение на превенцията на риска. Дигитализация на системата за самоконтрол. Разширяване на мрежата от специалисти. Вземане предвид на критериите за оценка на независими институти, обратната връзка от клиентски отзиви, резултатите от вътрешния контрол и други вътрешни и външни фактори при разработването и оптимизирането на продуктите.

Обещанието – ние се отличаваме с качество

Редовно актуализираме нашите изисквания и цели за качество на продуктите от собствените марки на dm. Екип от специалисти в компанията разработва изисквания, надхвърлящи законовите, които включват например ползването на предпочитани или избягването на нежелани вещества.

Имаме цялостна система за наблюдение на dm марките, чрез която научните открития и разработки се вземат предвид. Екипът непрекъснато следи дейностите и препоръките на съответните национални и европейски институции като Германския федерален институт за оценка на риска (BfR), Европейския орган за безопасност на храните (EFSA) и Европейската агенция по химикали (ECHA). Съответните заинтересовани страни се включват постоянно, най-вече чрез наблюдение и предвиждане на интересите на клиентите.

Екипът също така се възползва от външни консултации през своята разрастваща се мрежа от специалисти, за да търси поглед отвъд традиционните рамки.

Нашите производствени партньори са ангажирани да ни доставят безопасни висококачествени продукти. Подбираме партньорите си внимателно и въз основа на собствените критерии на dm и се стремим да работим с тях дългосрочно. Според продуктовата категория изискваме специфични, международно признати стандарти за безопасност на продуктите или сертификати за управление на качеството, които са предмет на договор и чието спазване се проверява редовно от независими

Посещения
на място свързват и насърчават партньорското сътрудничество.

институции. Примери за такива сертификати са „Международни стандарти за качество“ (International Featured Standards – IFS) и „Репутация на марката чрез съответствие с глобалните стандарти“ (Brand Reputation through Compliance Global Standards – BRCGS).

Също така изискваме от нашите производствени партньори да предават и прилагат определените от компанията изисквания за качество на продуктите от собствените марки на dm и в рамките на веригите за създаване на стойност и на продуктовия цикъл.

Всеки производствен партньор е специалист за своята продуктова категория и гарантира безопасността на продукта въз основа на своята индивидуална и комплексна система за контрол и специфичен за продукта опит. Освен това непрекъснато проверяваме съответствието с нашите изисквания като част от ориентираната ни към риска система за вътрешен контрол, която все повече се подпомага от база данни. Партньорите, процесите, производствените съоръжения и продуктите се оценяват с помощта на външни консултанти, специализирани одитори и институти за изпитване – включително и за установяване на потенциала за оптимизация. По време на посещенията на място за нас е важно да придружаваме нашите

Провеждаме инициирани от нас всеобхватни тестове през целия жизнен цикъл на продукта.

одитори по възможност лично, тъй като тази близост до процесите и продуктите на нашите производствени партньори насърчава и засилва партньорското сътрудничество.

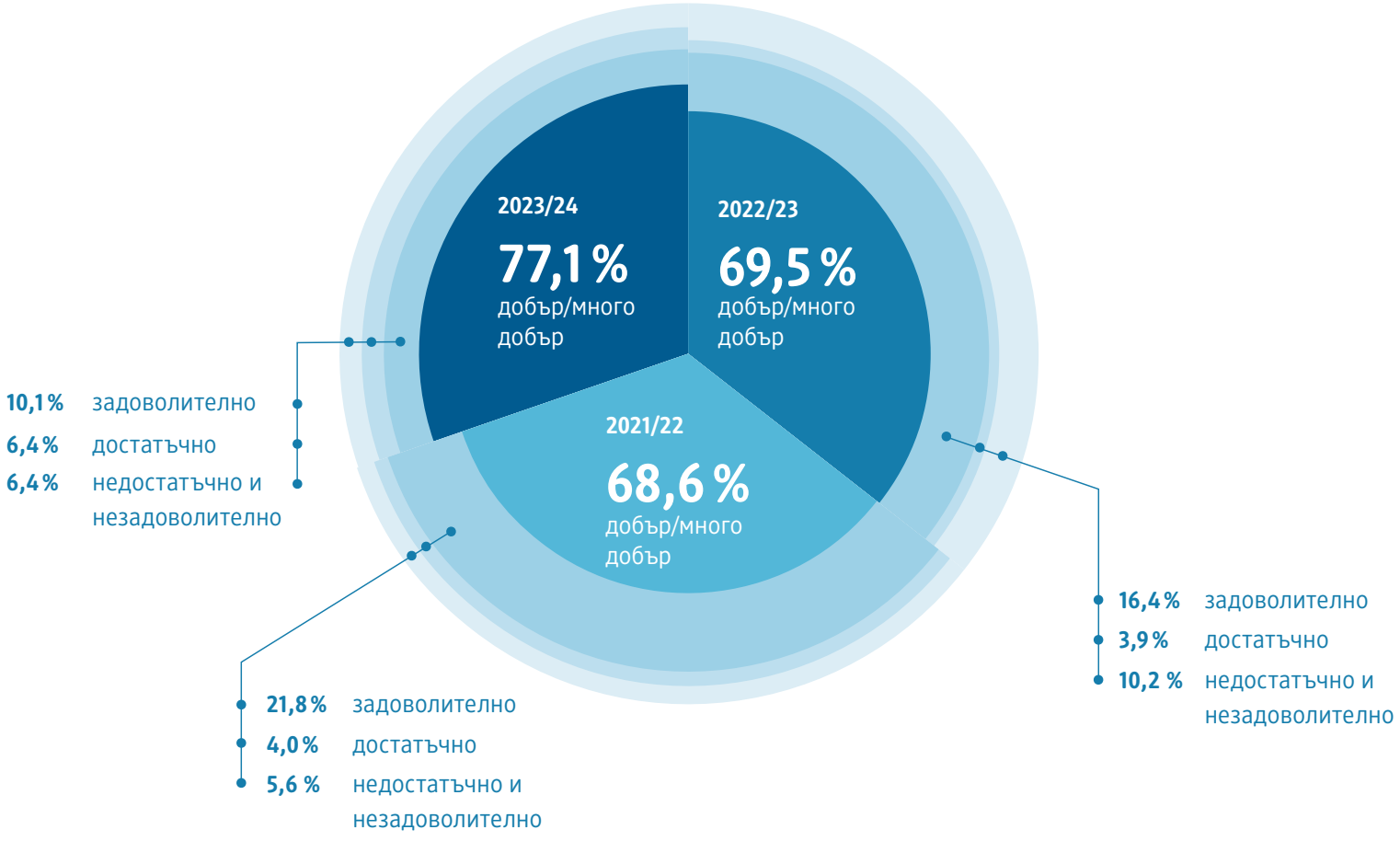
В допълнение към одитите провеждаме собствени комплексни тестове по време на целия жизнен цикъл на продуктите и възлагаме анализи на независими, акредитирани институти за изпитване. Ориентираният към риска подбор на параметрите на тестовете и тяхната експертна оценка се основават на специфичните изисквания на dm. Благодарение на тясното сътрудничество с нашите производствени партньори, но най-вече благодарение на комплексната система за вътрешен контрол с нейните всеобхватни тестове, бързо откриваме дефектни продукти и можем да действаме активно, за да защитим нашите клиенти. През финансовата 2021/22 г. изтеглихме шест продукта като предпазна мярка. През следващата 2022/23 финансова г. също изтеглихме общо шест продукта. През финансовата 2023/24 г. нямаше

Нашите продукти с марка dm са качествени и безопасни.

изтегляне на продукти. Изтеглянето на продукти от пазара е свързано предимно с наличието на нежелани елементи, като например чужди тела, микроорганизми или следи от алергени. След изтеглянето от пазара започваме интензивен диалог със съответния партньор и се договаряме за конкретни допълнителни мерки, за да елиминираме, доколкото е възможно, всички рискове от повторение.

Изискванията на нашите клиенти към собствените dm марки непрекъснато се повишават, както и собствените ни изисквания за качество. Заедно с нашите производствени партньори ние непрекъснато оценяваме и развиваме нашите продукти и включваме идеи за подобряване на състава, устойчивостта, като вземаме предвид и клиентските отзиви, и обратната връзка от рекламациите. Критериите за оценка на независими институти като Stiftung Warentest или Öko-Test AG също се използват и се разглеждат критично, тъй като нашата цел е да продължим да постигаме отлични резултати със собствените ни марки продукти и по този начин да продължим положителното развитие от последните години.

Диаграма 2.1: Резултати от тестването на продуктите с марка dm



Продуктите от собствените марки на dm се тестват редовно от Öko-Test AG и Stiftung Warentest – общо 124 през финансовата 2021/22 г., 128 през финансовата 2022/23 г. и 109 продукта през финансовата 2023/24 година. Поставили сме си за цел да гарантираме, че повече от 75% от тестваните продукти ще получат оценка „много добър“ или „добър“.

Комуникация с клиентите, повишаваща осведомеността

Добрата комуникация с клиентите е важна, защото укрепва доверието и удовлетвореността, което води до дългосрочни взаимоотношения с тях. Тя също така позволява на компаниите да получават ценна обратна връзка и непрекъснато да подобряват своите продукти и услуги.

BIOglide
NEU
NEU
NEU

От отношение към действия

Нашите въздействия, рискове и възможности

Разширеният достъп до информация за продуктите от асортимента допринася за нивото на информираност на клиентите. Информацията им дава възможност да използват продуктите правилно, което може да сведе до минимум въздействието върху околната среда в последващите вериги за създаване на стойност. При недостатъчни или неправилни указания за продуктите от собствените марки на dm, клиентите могат да ги използват неправилно или да бъдат подведени. В такъв случай за dm съществува риск от предписания и увреждане на репутацията. Чрез предоставяне на информация и прозрачна комуникация можем да популяризираме устойчивите алтернативи на продукти и услуги. Това ни дава възможност да помогнем за осъществяването на прехода към по-устойчиво бъдеще.

Нашият подход: стратегия, цели и мерки

За нас е важно спазването на законовите разпоредби и регламентите за защита на потребителите при етикетирането на продуктите на нашите dm марки. По отношение на устойчивостта ние надхвърляме законовите изисквания и предлагаме на нашите клиенти по-лесна ориентация чрез подходящо етикетиране на продуктите.

Освен това ние се стремим да насърчаваме устойчивото и в същото време съобразено с нуждите потребление на нашите клиенти. Освен чрез личния контакт в нашите магазини и чрез нашия „Клиентски център“ поддържаме връзка с тях чрез множество канали в социалните медии. Това ни дава възможност директно да реагираме на отзивите на нашите клиенти и да развиваме нашите продукти и услуги в съответствие с техните желания.

Предоставяне на изчерпателна информация за нашите клиенти: Клиентите ни получават информация за характеристиките на продуктите и тяхното приложение директно при покупка в магазините на dm, в онлайн магазините на компанията или в Моят dm-App, както и чрез указанията върху продуктите. При необходимост нашите служители в магазините или в нашия „Център за обслужване на клиенти“ са на разположение за предоставяне на индивидуални съвети.

Представяне на устойчиви алтернативи на продукти и услуги и насърчаване на устойчиво потребление: Искаме да покажем на нашите клиенти устойчиви алтернативи на продукти и услуги като част от нашата постоянна комуникация, чрез конкретни комуникационни кампании и инициативи и да ги насърчим към устойчиво поведение.

Предоставяне на изчерпателна информация за нашите клиенти

Цел	Мерки
Ние се стремим да осигурим постоянна прозрачна комуникация с нашите клиенти.	Изобразяване на информацията за продуктовите характеристики и етикети на продуктите собствена марка. Популяризиране на продуктови сертификати. Допълнителна информация за устойчивостта върху опаковките на продуктите и в онлайн магазините на dm. Специализирани съвети в магазините на dm.

Представяне на устойчиви алтернативи на продукти и услуги и насърчаване на устойчиво потребление

Цел	Мерки
Ние се стремим да насърчаваме вземането на по-устойчиви решения за покупка чрез целенасочена комуникация.	Прилагане на комуникационни мерки с акцент върху по-устойчивото потребление. Персонализирана целева комуникация чрез бюлетини по темата за устойчивостта. Продуктов филтър в онлайн магазините на dm, за да се улесни намирането на по-устойчиви продукти. Постоянно подобряване на етикетирането на рафтовете и в онлайн магазините на dm.

Предоставяне на изчерпателна информация за продуктите

Продуктовите сертификати и екологичните печати върху опаковките дават възможност на нашите клиенти да се ориентират бързо и надеждно, когато пазаруват в магазин на dm. Допълнителната информация за аспектите на устойчивостта може да бъде стимул за клиентите да изберат по-устойчивия вариант на даден продукт. Концентратите за перилни препарати на марката dm Denkmit са пример за това: заедно с нашите производствени партньори разработихме формула, която може да спести почти половината от количеството перилен препарат при употреба. Илюстрираме това екологично предимство на видно място върху опаковката на продукта.

В онлайн магазините на dm клиентите могат да намерят изчерпателна информация за продуктите на съответните продуктови страници и като цяло по темата за устойчивите продукти, например на адрес dm-drogeriemarkt.bg/zhivey-osaznato-s-dm
Индивидуалното консултиране на клиентите в нашите магазини също е от

важно значение. Това изисква колегите ни да са добре информирани и да могат да предават знанията си на клиентите. В дигиталната платформа за вътрешни обучения и продължаващо образование dm-Lernwelt служителите ни имат на разположение около 20 програми за обучение – от основни познания за продуктите или специфична продуктова информация до комуникация с клиентите. Като част от международен проект, озаглавен „Взаимодействие с клиента в точката на продажба“ бяха създадени обучителни материали за „Пътят на клиента в dm“. Те включват публикации, плакати и интернет страница, които са на разположение на всички колеги в магазините, за да подпомогнат контакта им с клиентите.

Експертни разговори

връзката с нашите служители помага на клиентите да получат експертиза от първа ръка.

Ние отдаваме голямо значение на индивидуалното и лично отношение към нашите клиенти.

Един от акцентите са нашите ExpertTalks, които събират колегите ни от магазините с колегите им от административните офиси. И двете страни имат полза от този обмен: едните научават за предисторията и мотивацията, които пораждат теми и проекти, като например идеи за нови продукти, докато колегите от магазините могат да задават въпроси и да представят на останалите информация за потребностите на клиентите.

Клиентите могат да получат списание ACTIVE BEAUTY в нашите dm магазини в Австрия, онлайн на activebeauty.at, а в България – онлайн на activebeauty.bg

Списанието alverde е налично в нашите dm магазини в Германия, онлайн на dm.de и в Instagram @dm_alverde_magazin

Вдъхновение за устойчиво потребление

За да насърчим нашите клиенти да вземат устойчиви решения за покупка, редовно провеждаме комуникационни кампании, свързани с устойчивостта. От значение е информацията в тях да бъде лесно разбираема, достъпна и съобразена с конкретни заинтересовани групи. При сложни въпроси, като например по темата за опаковките и кръговата икономика, приемаме като наша задача предоставянето на факти и справочна информация. Правим това чрез нашето списание ACTIVE BEAUTY, онлайн магазините, Моят dm-App, каналите ни в социалните медии и персонализирани тематични бюлетини за конкретни целеви групи.

В подгрупата dm Австрия, включително в България, дадохме възможност на нашите партньори да станат част от комуникацията ни за устойчивост като част от инициативата Green Ideas („Зелени идеи“). Заедно с тях в рамките на нашия онлайн магазин предоставяме на клиентите съвети и препоръки за по-устойчив начин на живот, като се фокусираме върху последователна комуникация през цялата година.

Нашата сертифицирана марка dmBio традиционно е във фокуса на комуникацията. През 2024 г. клиентите в България имаха възможност в различни периоди да получават талони за отстъпка за цялата продуктова линия като част от комуникационни кампании във връзка с Моят dm-App и с формата за пазаруване на живо dmLIVE, който се излъчва ексклузивно в приложението. Марката беше на фокус и в рамките на инициативата „Реките на града“, на която dm България беше основен партньор по повод своята 15-годишнина. По време на почистващите акции на градски реки и съпътстващите ги фестивални събития участниците също имаха възможност да получат талони за отстъпка на dmBio, както и да дегустират рецепти, приготвени с продукти от марката.

В подгрупата dm Австрия поставяме акцент върху устойчивите продукти

през цялата година като част от годишния комуникационен план. На фокус през финансовата 2023/24 г. бяха темите за веганския начин на живот, устойчивото почистване и пране, кръговата икономика, социалната устойчивост и регионалността.

Продуктовият филтър в онлайн магазините на dm улеснява търсенето на по-устойчиви алтернативи на продукти. В подгрупата dm Австрия от 2017 г. те са обозначени и на рафтовете във физическите магазини със „зелени“ ценови етикети (изключение правят Италия и Северна Македония). За dm Италия е предвидено въвеждане до февруари 2025 г., а за dm Северна Македония процесът е в етап на проучване. За разработването на критериите работихме съвместно с институции, неправителствени организации и министерства, като например Министерство на околната среда.

„Зелен“ етикет

Печатите и сертификатите са обозначени със „зелен“ етикет на рафта. Допълнителна информация на dm-drogeriemarkt.bg

Поради увеличаването на броя на етикетите за устойчивост повишихме нашите изисквания през 2022 година. Към септември 2024 г. 18 печата и маркировки отговарят на нашите критерии в областта на екологичната съвместимост, социалната отговорност, хуманното отношение към животните и устойчивостта. В България повече от 1200 продукта носят „зелен“ етикет.

Чрез нашата дългосрочна стратегия за ценова стабилност предоставяме възможност на клиентите да пазаруват в съответствие с потребностите си: тя гарантира, че цената на всеки продукт няма да

В почти всички страни от подгрупата dm Австрия зелените етикети осигуряват ориентация директно върху рафта.

бъде повишавана минимум четири месеца от датата на етикета. По този начин клиентите могат да избегнат презапасяването с продукти, до което често водят промоционалните цени.

За да отговорим на някои специфични изисквания по отношение на етикетирането в отделните страни и за да могат нашите клиенти да получат повече продуктова информация, опаковките на продуктите с марката dm се адаптират или преетикетират.

В онлайн магазините на dm продуктовият филтър улеснява търсенето на по-устойчиви продуктови алтернативи.

През 2024 г. информирахме клиентите си в Германия, Австрия, Хърватия и Словения за възможността касовата бележка да се показва в дигитален вид в мобилното приложение на dm и да не се отпечатва на касата. Това ни позволи да спестим повече от 7500 километра хартиени ролки през финансовата 2023/24 година. През 2025 г. дигиталната касова бележка ще бъде въведена в Италия, Словакия, Босна и Херцеговина, Румъния. Планирано е в България клиентите да могат да виждат копие на касовата си бележка в електронен вид в Моят dm-App.

За да продължим да намаляваме екологичния отпечатък, dm Австрия преминава към по-екологична хартия

„Трайно изгодно“: За пълна ценова прозрачност клиентите могат да се информират от етикета на всеки продукт за датата, от която цената му не е била увеличавана.

за касовите бележки. Използваните досега бели хартиени ролки ще бъдат заменени с такива със синя хартия. За разлика от бялата тя може да се изхвърля разделно в контейнера за хартия, а не в общия отпадък. Така касовите бележки могат да бъдат рециклирани и имат 30% по-малък екологичен отпечатък. Освен в Австрия, касови бележки на синя хартия вече се предлагат и в Чехия и Словения.

За да улесним клиентите си при вземането на устойчиви решения за покупка, от февруари 2024 г. редовно представяме на началната страница на онлайн магазините dm и в приложението Моят dm внимателно подбрани препоръки за категориите, които показват по-устойчиви алтернативи на продукти. Те имат за цел да спомогнат за повишаване на осведомеността относно устойчивия асортимент и да насърчат осъзнатото потребителско поведение.

7500

километра хартиена ролка

спестихме през финансовата 2023/24 година благодарение на дигиталната касова бележка.

Надеждна IT сигурност и защита на данните

Функциониращата IT система е от съществено значение за търговията на дребно и осигурява ефективни бизнес процеси. Без мощна IT инфраструктура днес едва ли щеше да е възможно да се извършват продажби в търговските обекти и онлайн. IT играят решаваща роля и при управлението на данните. Индивидуалният подход към клиентите и предоставянето на подходяща информация предполагат необходимостта от събиране на данни от клиенти и партньори и тяхното внимателно и сигурно управление.

Kundenkarte

От отношение към действия

Нашите въздействия, рискове и възможности

В dm разработваме иновативни IT решения за нашите онлайн магазини dm, приложението Моят dm и за IT в магазините ни, разпределителните центрове и административните офиси. Техническите неизправности и IT проблемите могат да доведат до ограничен достъп на клиентите до предлаганите от dm продукти и услуги като, например, онлайн магазините. Виждаме риск кибератаки върху IT инфраструктурата да доведат до недостъпност и загуба на данни, което впоследствие може да причини загуба от продажби, глоби и увреждане на репутацията, както и да застраши по-нататъшното съществуване на компанията.

Нашият подход: стратегия, цели и мерки

Качеството и ефективността на IT системите и технологичният опит на дадена компания днес са неразривно свързани с нейния успех. Ето защо отдаваме голямо значение на надеждността и състоянието на нашите IT системи. В същото време защитата на физическите лица при обработката на техните лични данни е основно право. То има за цел да предостави на хората контрол върху техните лични данни и е една от причините, поради които защитата на данните на нашите клиенти е с най-висок приоритет.

Осигуряване на цялостна IT сигурност: Нашият приоритет е да разпознаваме и отстраняваме уязвимите места в сигурността на ранен етап. Затова инвестираме непрекъснато, за да поддържаме нашата IT инфраструктура модерна и сигурна.

Осигуряване на комплексна защита на данните: Обработваме данните на нашите клиенти с особено внимание и спазваме законодателните разпоредби за защита на данните.

Модерни технологии в действие: Клиент сканира своя продукт на наша каса за самообслужване.

Осигуряване на цялостна IT сигурност	
Цел	**Мерки**
Ние се стремим да осигуряваме постоянен достъп до нашите продукти и услуги по различни канали.	Организационна адаптация и разширяване на фирмената IT сигурност. Разширяване на процесите и стандартите за IT сигурност в цялата компания. Постоянно осигуряване на устойчива инфраструктура за облачни услуги и центрове за данни.

Осигуряване на комплексна защита на данните	
Цел	**Мерки**
Нашата цел е постоянно да защитаваме данните на нашите клиенти в максимална степен.	Постоянно разширяване на организацията за защита на данните и на системата за управление на защитата на данните. Въвеждане на вътрешни процеси за мониторинг и документиране. Определяне и прилагане на технически и организационни мерки за защита на данните.

Устойчива IT инфраструктура

За да се гарантира, че онлайн магазинът dm, приложението Моят dm и касовите системи в магазините на dm предлагат услугите, които клиентите очакват по всяко време, както и че компанията е надеждно достъпна чрез своите комуникационни канали, dm групата и нейното дъщерно дружество dmTECH инвестират във високоефективни и устойчиви технологии – в комбинация с организация за IT сигурност, която позволява на цялата група да се адаптира стратегически и бързо да реагира на нови заплахи.

Изискванията и насоките по отношение на IT сигурността постоянно се актуализират. В допълнение се разширяват механизмите за откриване и процесите за реакция, както и сътрудничеството с външни доставчици на услуги, за да се защитим от кибератаки например. Мерки като редовни тестове за пробив и кампании за повишаване на осведомеността на служителите допринасят за това в цялата компания да има актуална информация за значението на IT сигурността.

Ние инвестираме в ефективни и ориентирани към бъдещето технологии.

Нашите служители гарантират сигурността и надеждността на нашата IT инфраструктура.

Центровете за данни са от ключово значение за нашата IT инфраструктура. В случай на бедствие, било то вследствие на лоши метеорологични условия или на атака, е възможно продължително прекъсване на работата или трайна загуба на съществена информация от даден център за данни. Поради тази причина, освен че използва облачни инфраструктури, dmTECH управлява дублиращи центрове за данни, които могат да гарантират наличността на вътрешно управляваната IT среда независимо един от друг.

Използването на резервни системи ни позволява да преодоляваме прости системни повреди. Цялостните смущения в инфраструктурата се покриват от резерви в централните системи, които са разпределени в няколко центъра за данни. Редовните тренировки за бедствия, които се подготвят, провеждат и анализират от отделна работна група в dmTECH, потвърждават, че с тази стратегия могат да се овладеят бедствия и подобни критични ситуации.

Редовните учения за реакция при извънредни ситуации потвърждават ефективността на нашите стратегии.

В допълнение към вътрешните центрове за данни части от IT средата се аутсорсват чрез облачни услуги към центрове за данни на доставчици на облачни услуги и достъпът се осигурява в техните сертифицирани центрове за данни.

Данните на нашите клиенти са в сигурни ръце

Стремим се да служим за пример в начина, по който обработваме данните на нашите клиенти, и гарантираме високо ниво на прозрачност на данните. За да могат нашите клиенти по всяко време, в съответствие със законовите изисквания, да разберат какви данни се съхраняват за тях и как те се използват, предоставяме изчерпателна и лесна за ползване информация на нашите уебсайтове (dm-drogeriemarkt.bg/privacypolicy). Освен това онлайн активно предоставяме информация и възможности за контакт, за да могат нашите клиенти да управляват и реализират своите законови права по най-добрия начин (dm-drogeriemarkt.bg/services).

Осъзнаваме отговорността си за данните на нашите клиенти и сме създали организация за защита на данните от специализирани екипи и цялостна система за управление на защитата на личните данни. Въведени са както технически мерки за сигурност (като регламентиран процес на предоставяне на права, редовни актуализации за сигурност и резервни копия, защита от зловреден софтуер, използване на криптиране), така и организационни мерки (като процеси за докладване, обработка на искания от субекти на данни, задължения за конфиденциалност, мерки за повишаване на осведомеността, концепции за права и изтриване, преглед на обработващите лични данни и съответни договорни споразумения). Чрез редовен преглед и адаптиране на изискванията за защита гарантираме, че данните на нашите клиенти се обработват поверително в цялата dm група.

Информация
за събирането на данни комуникираме прозрачно.

Клиентите използват своите смартфони на касата, като данните им са добре защитени.

3

Действия в хармония с природата

Комплексни мерки за опазване на климата

Опазване на ресурсите и кръгова икономика

Биологично разнообразие

Разумно използване на водните ресурси

Минимизиране на въздействието върху околната среда

dm следва цялостна стратегия за опазване на околната среда

За нас като общество съхранената околна среда е основа за здравословен живот и предпоставка за световен мир. За да запазим основата на нашето съществуване, е необходимо да предприемем мерки, които отчитат планетарните граници на Земята. Изменението на климата и загубата на биологично разнообразие са в центъра на публичното внимание в последните години.

Като компания ние се стремим да бъдем пример за подражание, като носим отговорност за околната среда, за хората и за природата. Нашето предизвикателство е да действаме по икономически устойчив начин и да работим, без да нарушаваме планетарните граници. Чрез системни иновации, интердисциплинарно сътрудничество и разработване на нови, по-устойчиви концепции за процеси и продукти, ние от dm можем да насърчим устойчив начин на правене на бизнес. Така се зачита природата и се подобрява качеството на живот на хората – не само за настоящите, но и за бъдещите поколения.

Цялостната ни екологична стратегия включва целите за комплексно определяне на значимите въздействия върху околната среда и намаляването им във възможно най-голяма степен чрез целенасочени действия за избягване и свеждане до минимум. Те включват мерки за декарбонизация, опазване на ресурсите и насърчаване на кръговата икономика, опазване на биоразнообразието, отговорното използване на водата и управление на околната среда, намаляване на замърсяването, причинено от нас. Неизбежните отрицателни въздействия върху околната среда от текущата дейност (Обхват 1 и 2) се преобразуват в екологични разходи в dm Германия и се инвестират в ренатурализация на деградирали райони. По този начин създаваме екологична стойност. В бъдеще се проучва възможността за разширяване на този подход към други държави, в които групата dm оперира.

За да останем устойчиви в бъдеще, предлагаме на клиентите си избор от устойчиви продукти и предоставяме възможно най-добрата информация по тези теми (вж. подраздел „Отговорно формиране на асортимента“). По този начин активно допринасяме за трансформацията към по-устойчиво бъдеще.

Ние поемаме отговорност за хората и природата, действаме устойчиво и намаляваме нашето въздействие върху околната среда чрез целенасочени мерки и иновации.

Екологична устойчивост

Разглеждаме нашата стратегия за околната среда цялостно – от измерването на въздействията до мониторинга и отчитането на нашите цели, мерки и инвестиции.

Анализ и оценка на въздействието ни върху околната среда

В допълнение към емисиите на парникови газове отчитаме и други въздействия върху околната среда като еутрофикация, подкиселяване, фотохимичен смог, разрушаване на озоновия слой, използването на водата и почвата.

Определяне на целите

Поставяме си конкретни цели за всяка страна и отдел, за да сведем до минимум и да намалим въздействието си върху околната среда там, където можем да постигнем най-голям ефект.

Мерки и инвестиции за намаляване на въздействието ни върху околната среда

Инвестираме в нови технологии, за да създадем основата за мерки, които да прилагаме. Мерките са насочени по-специално към областите като енергия, управление на ресурсите, кръгова икономика и повишаване на ефективността на нашите процеси.

Създаване на нова екологична стойност

Чрез ренатурализация на деградирали райони се създават нови, стабилни екосистеми.

Инвестиции в ренатурализация

Инвестираме в опазването на биоразнообразието и създаването на нови местообитания.

Мониторинг и докладване

Непрекъснато оценяваме напредъка си, при необходимост адаптираме мерките и си поставяме по-нататъшни цели.

Комплексни мерки за опазване на климата

През 2015 г. международната общност постигна съгласие по Парижкото споразумение относно изменението на климата. Една от ключовите му задачи е да ограничи глобалното затопляне значително под два градуса по Целзий в сравнение с прединдустриалните нива и да намали глобалните емисии на парникови газове до (нетна) нула до 2050 година.

am

От отношение към действия

Нашите въздействия, рискове и възможности

Опазването на климата и адаптацията към климатичните промени понастоящем са ключови предизвикателства за нашето общество. Ние сме ангажирани с Парижкото споразумение и искаме като компания да дадем своя принос за климата. По-голямата част от емисиите на парникови газове на групата dm възникват в началото на веригата за създаване на стойност, по-специално при производството и транспорта на продуктите, които продаваме, както и при строителството на сградите на нашите магазини. В рамките на основната търговска дейност магазините, разпределителните центрове и административните офиси допринасят значително за емисиите на парникови газове – преустройството и разширяването на магазините, включително елементите на обзавеждането, също имат значение в това отношение. Надолу по веригата за създаване на стойност значителни емисии възникват при използването на нашите продукти, както и при пътуванията на нашите клиенти до и от магазините на dm.

Настъпващите климатични промени крият рискове, тъй като водят до по-чести и екстремни метеорологични явления като наводнения, горещини или горски пожари. Тези промени могат да доведат до недостиг на суровини, повишаване на покупните цени, забавяне на производството или неуспешни доставки. Повредите или унищожаването на инфраструктурата, разпределителните центрове и dm магазините могат да доведат до неуспешни доставки и оперативни смущения в собствената ни дейност. Такива рискове се отчитат като част от цялостното управление на риска в компанията.

Виждаме възможности в разработването на иновативни продукти с по-ниски емисии и в предлагането на портфолио от продукти и услуги, които подкрепят потреблението, щадящо климата. За повече подробности вижте подглавите „Отговорно формиране на асортимента“, „Опазване на ресурсите и кръгова икономика“ и „Биоразнообразие“. Ефективните производствени и логистични процеси намаляват емисиите на парникови газове и насърчават рентабилността ни в средносрочен и дългосрочен план. Освен това независимостта от пазара на изкопаеми горива допринася за устойчивостта на компанията.

Нашият подход: стратегия, цели и мерки

Прилагаме последователна стратегия за декарбонизация, за да намалим емисиите на парникови газове в нашите вериги за създаване на стойност, както и намаляване на емисиите от нашата собствена сфера на дейност. От 2020 г. събираме и анализираме нашите преки и непреки емисии на парникови газове в съответствие със стандартите на Протокола за парниковите газове, за да идентифицираме потенциала за намаляване.

Анализът показа, че преобладаващият дял от емисиите от Обхват 3 (бел. ред.– вж. таблицата на следващата страница) се генерират в предшестващите и следващите звена по веригите за създаване на стойност. Затова регистрираме поетапно емисиите от Обхват 3 във

Възможности

Виждаме в разработването на иновативни продукти с ниски емисии.

Обхват 1	Обхват 2	Обхват 3

• Директни емисии:
  • Стационарно горене, напр. отопление
  • Мобилно горене, напр. служебни автомобили
	• Индиректни емисии: Закупена енергия
	  • Централно отопление
	  • Електричество
		• Индиректни емисии: Стойностни вериги
		  • Емисии нагоре по веригата (напр. закупуване, транспорт)
		  • Емисии надолу по веригата (напр. използване на продукта)

Категоризация на емисиите на парникови газове съгласно Протокола за парниковите газове.

всички релевантни за нас категории. Предварителният ни анализ показва, че асортиментът причинява най-голям дял от емисиите в Обхват 3. В бъдеще при отчитането на емисиите на парникови газове ще включим и разстоянието, изминато от нашите клиенти до магазините на dm.

Имаме пряк контрол върху собствените ни емисии парникови газове, при формирането на асортимента и предлаганите услуги, както и при вътрешния дизайн и обзавеждане на нашите магазини. Работим в тясно сътрудничество с множество партньори по цялата верига за създаване на стойност, за да дадем съвместен принос за опазването на климата.

Нашата цел е да постигнем нулеви нетни емисии до 2045 година. За постигането ѝ си поставяме цели за намаляване на емисиите на база на нашите екологични баланси.

Повишаване на енергийната ефективност и увеличаване на използването на възобновяема енергия: Инвестираме в технологии, които пестят ресурси, увеличаваме броя на нашите фотоволтаични инсталации и закупуваме енергия от възобновяеми източници (когато това е възможно).

Измерване и намаляване на емисиите на парникови газове при асортимента: Измерваме специфичните за асортимента ни въздействия в рамките на продуктови клъстери и работим с нашите партньори, за да конкретизираме нашите цели и мерки за намаляване на емисиите.

Проектиране на транспортна логистика и мобилност с ниски емисии: Заедно с нашите логистични партньори разработваме ефективно планиране на транспорта и тестваме приложимостта на нови технологии при доставките. Също така предприемаме мерки в подкрепа на мобилността с ниски емисии в dm, както за нашите клиенти, така и за нашите служители.

Нашата цел е да постигнем нулеви нетни емисии до 2045 г.

Екологична оценка на строителните мерки: Извършваме екологични анализи при строителството на сгради, както и по отношение на отделни елементи в обзавеждането, за да определим конкретните възможности за намаляване на екологичното въздействие.

Допринасяме за създаването на нова екологична стойност. Това означава, че правим целенасочени инвестиции в ренатурализация, за да компенсираме част от въздействието си върху околната среда (вж. раздел „Биоразнообразие“).

Повишаване на енергийната ефективност и увеличаване използването на енергия от възобновяеми източници	
Цел	**Мерки**
Всяка година в цялата ни магазинна мрежа намаляваме средното потребление на електроенергия поне с един киловатчас на квадратен метър търговска площ.	Използване на енергийноефективни термопомпи и преминаване към LED осветление. Използване на системи за измерване, управление и регулиране (например автоматизирано управление на вентилационната и отоплителната система) и измерване на потреблението във всички магазини до края на 2027 година. Ясни времеви диапазони през лятото и зимата за превключване на осветлението и указания за настройка на температурата.
До 2027 г. ще въведем във всички страни от групата цялостна система за управление на енергията в съответствие с ISO 50001.	Непрекъснат процес на оптимизация, мониторинг на енергията и намаляване на потреблението чрез въвеждане на системата за управление на енергията. Германия, Австрия, Хърватия, Босна и Херцеговина, Сърбия, Северна Македония и Словения вече са сертифицирани към края на финансовата 2023/24 година. Сертифициране в Италия и Чехия – 2024/25 г., в България и Унгария – 2025/26 г., в Румъния, Словакия и Полша – 2026/27 година. Обучение на нашите служители по темата за енергийно ефективно поведение.
Променяме стратегията си за снабдяване с електроенергия, като я поставяме на нови основи – увеличаваме снабдяването от директна продажба и от собствени възобновяеми енергийни източници.	Сключване на дългосрочни договори за закупуване на електроенергия: в dm Германия около 20% от потреблението на електроенергия постепенно (от 2025 г. нататък) трябва да се осигурява от проекти за вятърна и слънчева енергия, които се предлагат директно на пазара. Проучване на възможности за сключване на дългосрочни договори за закупуване на електроенергия на национално равнище в подгрупата dm Австрия за разширяване на портфейла от електроенергия през финансовата 2024/25 година. Снабдяване на 78 обекта (към септември 2024 г.) с електроенергия от фотоволтаични инсталации, включително разпределителни центрове, административни офиси и магазини. Непрекъснато разширяване на портфолиото ни, състоящо се от собствени инсталации, изградени от наемодатели и директна покупка на електроенергия от инсталации на наемодатели. Последователно разширяване на нашите фотоволтаични централи и инсталации с около 60 на година.

Повишаване на енергийната ефективност и увеличаване използването на енергия от възобновяеми източници

Цел	Мерки
Продължаваме да намаляваме въглеродния отпечатък от електроенергията и отоплението на нашите магазини, разпределителни центрове и административни офиси.	Монтаж на термопомпи. Преминаване, където е възможно, от отопление от изкопаеми горива към по-устойчив вариант до 2030 година. Насърчаване на директното снабдяване със „зелена“ електроенергия чрез покривни фотоволтаични системи и дългосрочни договори за закупуване на електроенергия от вятърни и слънчеви паркове.

Измерване и намаляване на емисиите на парникови газове при асортимента

Цел	Мерки
Измерваме емисиите на парникови газове и намаляваме въглеродния отпечатък при асортимента.	Изготвяне на баланс за асортимента през 2025 година. Вследствие на това диалог с нашите производствени и индустриални партньори за постигане на общи цели в областта на климата. Измерване на въздействията върху околната среда, освен емисиите на парникови газове, на нашите собствени марки чрез оценки на жизнения цикъл и целенасочено намаляване на критичните точки чрез прилагане на целите на кръговата икономика и мерки за опазване на ресурсите.

Проектиране на транспортна логистика и мобилност с ниски емисии

Цел	Мерки
До 2035 г. искаме да насърчим въвеждането на екологични автопаркове, да проучим алтернативни технологии и да разработим иновативни решения за ефективен транспорт.	Непрекъснато проучване на допълнителни възможни приложения за комбиниран транспорт в цялата група. Изпълнение на пилотни проекти за устойчиво планиране и транспортни средства като водородни и електрически камиони. Намаляване на ритъма на доставките в секциите за вътрешен транспорт (дистрибуция и пазарна дистрибуция) в подгрупата dm Австрия Използване на електрически превозни средства за експресни доставки.

Проектиране на транспортна логистика и мобилност с ниски емисии

Цел	Мерки
До 2027 г. ще постигнем средна степен на заетост на палетните площи от 95% за продуктите с марката dm, изчислена според броя на дървените палети.	Информация към партньорите за нашите изисквания и проверка на техните предложения. Това ни позволява непрекъснато да оптимизираме планирането на транспорта. Към лятото на 2024 г. делът е 93,4%.
Насърчаваме устойчивата мобилност за нашите клиенти и служители.	Подобряване на връзката на нашите магазини с обществения транспорт и осигуряване на места за паркиране на велосипеди/паркинги за товарни велосипеди. Намаляване на емисиите от придвижването на нашите служители до работа чрез мерки, като предоставяне на велосипеди за работа или автобуси до разпределителните центрове в някои държави от dm групата. Достъпност с велосипед и наличие на връзки с обществения транспорт за новите административни офиси. Разширяване на инфраструктурата за зареждане на електрически автомобили в съществуващи административни офиси.
Намаляваме емисиите на парникови газове на собствения си автомобилен парк	Разширяване на автомобилния парк с електромобили като част от нашата концепция за устойчива мобилност. В dm България се проучва възможността за използване на електрически превозни средства.

Екологична оценка на строителните мерки

Цел	Мерки
До 2045 г. при строителството, техническото оборудване и инфраструктурата на нашите магазини ще бъдат взети допълнителни мерки за намаляване на въглеродните емисиите.	Екологичен анализ на въздействието на нашите строителни дейности от финансова година 2024/25 г. в подгрупата dm Австрия. Договаряне на цели за устойчивост със строителните компании във всички държави, в които подгрупата dm Австрия осъществява дейност, до края на финансовата 2024/25 година.

Екологична оценка на строителните мерки

Цел	Мерки
	Внимателен анализ на всички оперативни процеси като поддръжка, ремонт или почистване за минимизиране на въздействието върху околната среда, например чрез управление на неизправностите или намаляване на използваните химикали. Сключване на целеви споразумения за устойчивост с нашите доставчици. Проучване на алтернативни, по-устойчиви хладилни агенти в подгрупата dm Австрия.
Искаме да намалим допълнително емисиите си на парникови газове в оборудването на магазините до 2030 година.	От финансовата 2024/25 г. провеждане на екологични анализи на отделни елементи от оборудването, за да идентифицираме потенциала за намаляване на въглеродните емисии и да оптимизираме избора на материали.

Емисиите в нашата собствена област на действие Обхват 1 и 2)

Успешна реализация на стратегическите енергийни цели

През последните няколко години правим задълбочени анализи на потреблението ни на електрическа енергия.

Във всички страни, в които dm групата осъществява дейност, следва да бъде въведена цялостна система за управление на енергията в съответствие със стандарта ISO 50001 най-късно до 2027 година. Понастоящем 50% от dm страните вече са сертифицирани. dm България планира да премине сертифициране по стандарта през финансовата 2025/2026 година.

За да намаляваме енергийните нужди на магазините и същевременно да повишаваме енергийната си ефективност, продължаваме да инвестираме в инсталирането на енергийноефективни термопомпи, планираме внедряване на системи за измерване и управление и преминаваме на LED осветление. Към септември 2024 г. 11 от общо 114 dm магазина (10%) в България вече са оборудвани с термопомпа, а 114 магазина са преминали на LED осветление (100%).

Към септември 2024 г. общо 991 магазина (51%) в подгрупата dm Австрия са оборудвани с термопомпа, а 1790 магазина (92%) са с LED осветление. До 2027 г. подгрупата dm Австрия планира да оборудва всички обекти с технология за контрол и измерване на потреблението. Служителите във всички магазини разполагат с информация за превключване на осветлението и настройка на температурата през летния и през зимния сезон с цел по-ефективно потребление на енергия. Те преминават и интерактивно онлайн обучение по темата за енергийна ефективност на магазините.

Таблица 3.1: Общо потребление на енергия на dm групата в мегаватчасове (MWh)

Общо потребление на енергия на групата dm в мегаватчасове (MWh)	dm група					
	2021		2022		2023	
	абсолютно	в %	абсолютно	в %	абсолютно	в %
(1) Потребление на гориво от нефт и петролни продукти	12.099	2%	14.448	3%	15.111	3%
(2) Потребление на гориво от природен газ	50.773	10%	43.265	9%	37.573	8%
(3) Потребление на горива от други фосилни източници	29.086	6%	22.076	5%	18.347	4%
(4) Потребление на закупена или получена електроенергия, топлинна енергия, пара и охлаждане от фосилни източници	98.708	20%	90.280	19%	81.843	18%
(5) Общо потребление на енергия от фосилни източници	**190.667**	**39%**	**170.069**	**36%**	**152.874**	**33%**
(6) Потребление на горива от възобновяеми източници, включително биомаса (от промишлени и битови отпадъци с биологичен произход, биогаз, водород от възобновяеми източници и др.)	2.788	1%	2.623	1%	2.915	1%
(7) Потребление на придобита или получена електроенергия, топлинна енергия, пара и охлаждане от възобновяеми източници	294.534	60%	301.073	63%	308.049	66%
(8) Потребление на енергия от възобновяеми източници, произведена от собствени източници, различна от горива **	561	0%	1.031	0%	782	0%
(9) Общо потребление на енергия от възобновяеми източници	**297.883**	**61%**	**304.727**	**64%**	**311.745**	**67%**
(5+9) Общо потребление на енергия	**488.549**	**100%**	**474.796**	**100%**	**464.620**	**100%**

Въпреки че броят на магазините в групата dm се увеличи с 4,5% между 2021 и 2023 г., успяхме да намалим потреблението на енергия с 4,9% между 2021 и 2023 година.

Общо потребление на енергия на групата dm в мегаватчасове (MWh)	dm България					
	2021		2022		2023	
	абсолютно	в %	абсолютно	в %	абсолютно	в %
(1) Потребление на гориво от нефт и петролни продукти	414.79	5%	457.52	5%	480.45	5%
(2) Потребление на гориво от природен газ	263.21	3%	218.71	3%	234.92	3%
(3) Потребление на горива от други фосилни източници	106.67	1%	0	0%	0	0%
(4) Потребление на закупена или получена електроенергия, топлинна енергия, пара и охлаждане от фосилни източници	3272.51	40%	3865.71	46%	4978.66	56%
(5) Общо потребление на енергия от фосилни източници	**4057.18**	**49%**	**4541.94**	**54%**	**5694.03**	**64%**
(6) Потребление на горива от възобновяеми източници, включително биомаса (от промишлени и битови отпадъци с биологичен произход, биогаз, водород от възобновяеми източници и др.)	0	0%	0	0%	0	0%
(7) Потребление на придобита или получена електроенергия, топлинна енергия, пара и охлаждане от възобновяеми източници	4139.87	51%	3895.23	46%	3167.57	36%
(8) Потребление на енергия от възобновяеми източници, произведена от собствени източници, различна от горива **	0	0%	0	0%	0	0%
(9) Общо потребление на енергия от възобновяеми източници	**4139.87**	**51%**	**3895.23**	**46%**	**3167.57**	**36%**
(5+9) Общо потребление на енергия	**8197.05**	**100%**	**8437.17**	**100%**	**8861.60**	**100%**

*Данните за закупена енергия, например за отопление и електричество, са частично екстраполирани, ако все още не са налични сметките за комунални услуги от нашите доставчици на енергия.
**Включена е само самостоятелно произведената фотоволтаична електроенергия, произведена от dm Германия.

От 2010 г. произвеждаме и използваме електрическата енергия от фотоволтаичната система на нашия разпределителен център във Вайлерсвист, Германия.

Поради увеличаване на броя на dm магазините и разширяване на техните площи потреблението на електроенергия на dm България нараства. Същевременно се наблюдава лек спад на тези, използващи енергия от възобновяеми източници. Това се дължи изцяло на факта, че все още голяма част от наемодателите на dm не закупуват електроенергия от възобновяеми източници. Като цяло събирането на данни за електроенергията се е подобрило значително.

Покриваме около 67% (84% от подгрупата Германия и 44% от подгрупата Австрия към края на 2023 г.) от общите си енергийни потребности от възобновяеми енергийни източници. По-голямата част от този процент е електроенергия, която закупуваме от директни доставчици. В България „зелената“ електроенергия понастоящем представлява 40 процента от енергията за всички dm магазини (към края на 2023 г.), като закупуваната директно от dm България електроенергия е 100% „зелена“ – т.е. от възобновяеми източници.

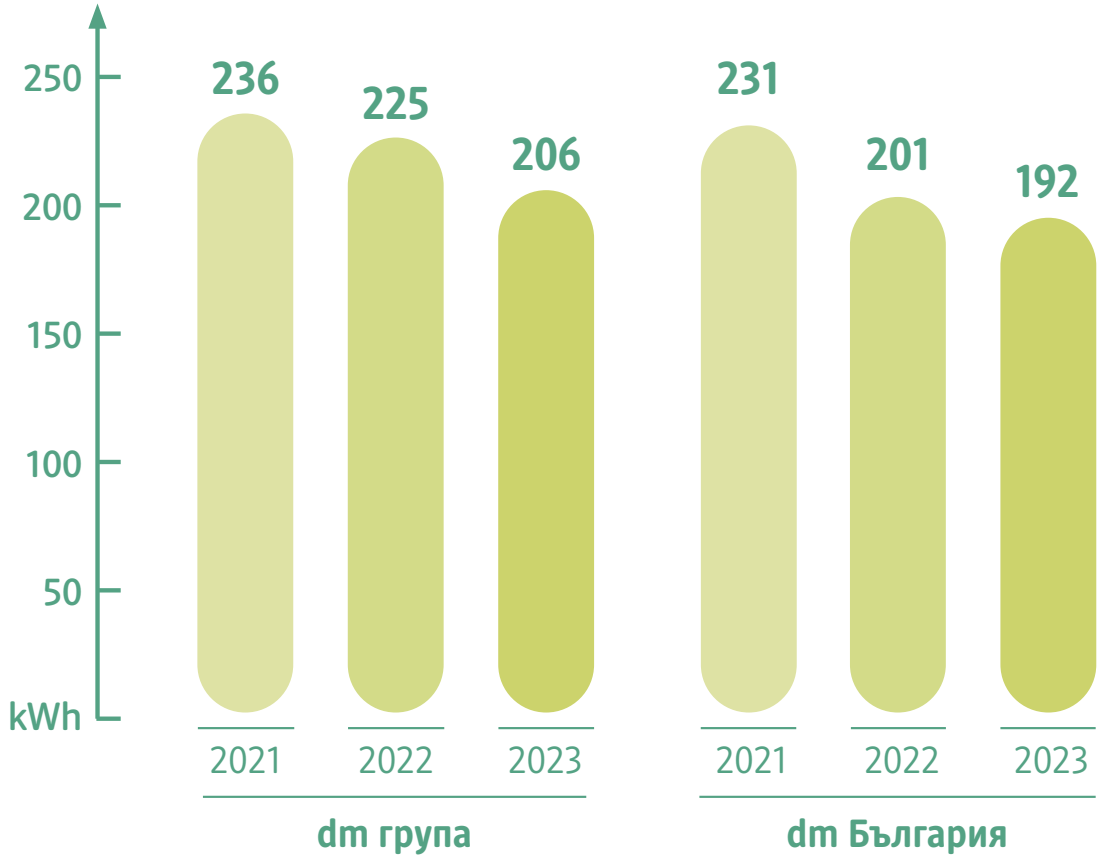
По-нататъшно развитие на стратегията ни за снабдяване с електроенергия

Стратегията ни за електроенергия цели да увеличи снабдяването от възобновяеми енергийни източници

в цялата компания – чрез директни доставчици и чрез собствени такива.

Продължаваме да инвестираме и в разширяване на нашите фотоволтаични инсталации. Към септември 2024 г. групата dm разполага със 78 действащи фотоволтаични инсталации, по-голямата част от които са разположени на покривите на нашите магазини. През 2024 г. нашите фотоволтаични инсталации са произвели около 9500 MWh електроенергия. Енергията от фотоволтаичните инсталации, която не успяваме да използваме за нашите собствени нужди, се подава към европейската електрическа мрежа. В момента dm България разполага с три фотоволтаични централи в експлоатация (към 2024 г.). Увеличаване броя на фотоволтаичните ни централи е планирано за финансовата 2024/25 година.

Диаграма 3.1: Средно потребление на енергия в магазините dm на квадратен метър търговска площ в kWh



Средното потребление на енергия на групата dm е намаляло с 12,7% от 2021 до 2023 г. Това показва успешното прилагане на нашите мерки за енергийна ефективност.

*Пропорционалното потребление за общи площи в търговски центрове (напр. осветление на паркинги) е включено само за dm Германия. Годината 2023 съдържа прогнози.

Таблица 3.2: Развитие на преките ни емисии на парникови газове (в тонове еквивалент на CO_2)

dm група

	2021		2022			2023		
	абсолютно	в %	абсолютно	в %	Разв. спрямо предх. год.	абсолютно	в %	Разв. спрямо предх. год.
Обхват 1	**17.751**	**32%**	**15.691**	**30%**	**-12%**	**14.153**	**27%**	**-10%**
Автопарк (мобилно изгаряне)	3.024	5%	3.485	7%	+15%	3.647	7%	+5%
Отопление (стационарно изгаряне)	14.727	26%	12.206	23%	-17%	10.506	20%	-14%
Обхват 2 (базирани на пазара)	**38.378**	**68%**	**37.387**	**70%**	**-3%**	**37.896**	**73%**	**+1%**
Централно отопление*	2.532	5%	2.594	5%	+2%	2.673	5%	+3%
Електроенергия* (на пазарен принцип)**	35.846	64%	34.793	66%	-3%	35.223	68%	+1%
Информация: Електроенергия* (на база местоположение)**	125.784	-	114.620	-	-9%	123.081	-	+7%
Общо Обхват 1 и 2	**56.129**	**100%**	**53.079**	**100%**	**-5%**	**52.049**	**100%**	**-2%**
Обхват 3 Категория 03: Горивни вериги***	**14.036**		**12.423**		**-11%**	**11.452**		**-8%**

Успешното прилагане на нашите мерки за намаляване на собственото ни потребление на електроенергия и увеличаване на дела на използваните възобновяеми енергийни източници има положително въздействие върху преките ни емисии на парникови газове: От 2021 г. насам като група dm успяхме да намалим емисиите си в Обхват 1 и 2 от 56 129 тона до 52 049 (2023 г.) тона еквивалент на CO_2. Емисиите в Категория 03 от Обхват 3, свързани с веригите за доставки на горива, намаляват в съответствие с нашите емисии в Обхват 1 и 2.
Развитието на емисиите от мобилно изгаряне в Обхват 1 в dm групата се дължат на увеличения брой бизнес пътувания след края на пандемията от коронавирус и на разширяването на автомобилния парк на dm и свързаното с това увеличение на пробега.

Категорията „електроенергия“ включва и потреблението на нашите магазини dm, в които купуваме електроенергия от нашите наемодатели. Поради липсата на сметки за комунални услуги тук използваме консервативни екстраполации. В същото време емисионният фактор за остатъчния енергиен микс в някои държави, в които групата dm оперира, се е влошил през 2023 г. в сравнение с предходната година, което означава, че почти няма промяна в генерираните емисии въпреки по-ниското потребление на електроенергия като цяло.

dm България

	2021		2022			2023		
	абсолютно	в %	абсолютно	в %	Разв. спрямо предх. год.	абсолютно	в %	Разв. спрямо предх. год.
Обхват 1	**174**	**+13%**	**157**	**10%**	**-10%**	**166**	**6%**	**+6%**
Автопарк (мобилно изгаряне)	107	+8%	117	7%	+10%	123	5%	+5%
Отопление (стационарно изгаряне)	67	+5%	40	2%	-41%	43	2%	+7%
Обхват 2 (базирани на пазара)	**1.218**	**+87%**	**1.492**	**90%**	**+23%**	**2.477**	**94%**	**+66%**
Централно отопление*	-	+0%	51	3%	-	52	2%	+2%
Електроенергия* (на пазарен принцип)**	1.218	+87%	1.441	87%	+18%	2.425	92%	+68%
Информация: Електроенергия* (на база местоположение)**	3.241	-	2799	-	-14%	3.225	-	+15%
Общо Обхват 1 и 2	**1.392**	**+100%**	**1.650**	**100%**	**+19%**	**2.643**	**100%**	**+60%**
Обхват 3 Категория 03: Горивни вериги***	**441**	**17%**	**432**	**9%**	**-2%**	**574**	**10%**	**33%**

Остатъчен енергиен микс: Ако действителният енергиен микс на електроенергията не е известен, при пазарния подход се използва остатъчният енергиен микс. Той представлява миксът на електроенергията в съответната страна след приспадане на всички продадени сертификати за „зелена“ електроенергия.

*Данните за изчисляване на категориите от Обхват 1 и 2 „Отопление, централно отопление, електроенергия“ са частично екстраполирани, ако все още не са налични сметките за комунални услуги за наетите от нас магазини.

**Търговско базирано изчисление за Обхват 2: Пазарният подход използва микса от електроенергия, действително закупена от доставчика на електроенергия в съответствие със стандартите на Протокола за парниковите газове.При подхода, основан на местоположението, се използва специфичният за страната микс от електроенергия.

*** Категория 03 от Обхват 3: Тук се отчитат вериги за доставка на горива, като развитието на тези емисии е резултат от общото потребление на енергия от Обхват 1 и 2. Други категории от Обхват 3 могат да бъдат намерени в таблица 3.3.

Допълнителни категории на въздействие
Не искаме да се съсредоточаваме единствено върху емисиите на парникови газове. Ето защо изчислихме и нашите въздействия от Обхват 1 и 2 за групата dm в категориите на въздействие „подкиселяване“ и „създаване на фотохимичен смог“, причинени от използването на невъзобновяеми енергийни източници. И тук успяхме да намалим въздействието си, което отчасти се дължи на нарастващото използване на възобновяеми енергийни източници: в случая с подкиселяването намалихме въздействието си от 397 тона през 2021 г. на 376 тона еквиваленти на SO_2 през 2023 г.; в случая с летния смог – от 16 тона еквиваленти на C_2H_4 през 2021 г. на 15 тона през 2023 година.

Емисии по веригите за създаване на стойност (Обхват 3)

Измерване и анализиране на специфичните за асортимента емисии на парникови газове
Бихме искали в бъдеще да намалим емисиите на парникови газове, отнасящи се до асортимента. За тази цел в момента изчисляваме количеството на специфичните за асортимента ни емисии на Обхват 3 в категории 01 (закупени продукти и услуги), 11 (употреба/използване на продадените продукти) и 12 (изхвърляне в края на жизнения цикъл на продукта). Регистрираме ефектите на база на конкретния асортимент, за да можем да изведем основния потенциал за намаляване на емисиите за съответните продуктови групи.
Вече успяхме да определим емисиите на парникови газове на всички наши логистични опаковки за целия ни асортимент, както и на опаковките на продуктите с марката dm. През 2023 г. емисиите от логистичните опаковки възлизат на 6334 тона еквиваленти на CO_2 (2022 г.: 5993 тона еквиваленти на CO_2). Опаковките на продуктите с марката dm имаха значително въздействие върху цялата група dm със 137 749 тона еквиваленти на CO_2 (2022 г.: 121 332). Това увеличение на емисиите на парникови газове се дължи на увеличения обем на продажбите на нашите продукти и се влияе положително от използването на рециклирани материали в пластмасовите опаковки на продуктите (вж. подраздел „Опазване на ресурсите и кръгова икономика“).
Загрижени сме за въздействието на нашите продукти върху околната среда. Ето защо през 2021 г. възложихме оценка на жизнения цикъл, обхващаща пет категории на

Искаме в бъдеще да регистрираме емисиите на парникови газове от целия ни асортимент.

Проектиране на транспортна логистика с ниски емисии

С нашите партньори непрекъснато оптимизираме транспортните си маршрути – от една страна през разпределителните центрове и логистичните хъбове до dm магазините, а от друга страна – чрез връщането на рециклируемите материали от dm магазините до рециклиращите предприятия.

въздействие, за нашата продуктова серия Pro Climate и намалихме максимално въздействието ѝ върху околната среда. От 2021 г. предлагаме и продукти с марката dm, чиито опаковки или съставки са от рециклиран CO_2 – като течния препарат за пране Denkmit nature Ultra. Освен това се стремим да разглеждаме цялостно въздействието върху околната среда на всички продукти с марката dm и непрекъснато да го намаляваме (вж. подглави „Опазване на ресурсите и кръгова икономика“ и „Биоразнообразие“). По отношение на нашия асортимент се стремим да предлагаме на клиентите си по-устойчиви продуктови алтернативи във всяка продуктова група, да насърчаваме отговорното пазаруване и да договаряме и наблюдаваме целите, свързани с устойчивостта заедно с всички наши партньори (вж. подглавата „Отговорно формиране на асортимента“).

Проектиране на транспортна логистика с ниски емисии

От 2019 г. насам използваме комбиниран транспорт за избрани пратки в рамките на групата dm. Това означава, че тези продукти се транспортират с железопътен транспорт през голяма част от пътуването. По този начин в dm Германия около 80% от тези избрани превози за снабдяване се прехвърлят от автомобилен на железопътен транспорт. В комбинирания транспорт се прилага по-високо ограничение на теглото, което означава, че на камиона могат да се натоварят четири тона повече и да се намалят общите транспортни

„Експресно получаване“ е бързо и екологично с помощта на товарен велосипед.

изисквания. Не разполагаме със собствен автопарк от камиони за снабдяване на нашите магазини. Поддържаме редовен диалог с нашите логистични партньори, за да гарантираме, че доставките до dm магазините са с възможно най-ниски емисии – например чрез използване

Ние намаляваме нашите емисии, например чрез използването на алтернативни технологии за задвижване.

на алтернативни технологии за задвижване.

Обратната логистика представлява следваща стъпка от веригата за създаване на стойност и се използва оптимално в групата dm за връщане на стоки (например за вземане на рециклируеми материали при приема на стоки). По този начин се избягват празни транспортни курсове и допълнителни пътувания.

Хармонизирахме метода за събиране на данни за нашите транспортни секции в рамките на групата dm за първи път за финансовата 2023/24 година. През този период транспортът на стоки между нашите пунктове за претоварване и до нашите магазини dm в Германия е генерирал 31 703 тона еквиваленти на CO_2, а в Австрия – 3005 тона еквиваленти на CO_2. Обратната логистика има по-малък дял в dm Германия и dm Австрия – съответно 429 тона еквиваленти на CO_2 и 48 тона еквиваленти на CO_2. На първия етап от събирането на данни се съсредоточихме върху държавите, които представляват най-голям дял от транспортираните от нас палети (приблизително 75%). Всяка от

останалите държави, в които групата dm оперира, има дял под 5% от общия обем и съответните емисии ще бъдат събрани през следващите месеци. Понастоящем работим върху цялостна оценка на емисиите от транспорта при снабдяване за групата dm.

Изпращане на нашите продукти от онлайн магазините dm
В осем големи града на групата dm при услугата „Експресно получаване“ доставки вече се правят с електрически товарни велосипеди или електрически превозни средства. Те предлагат екологична алтернатива за доставка на продукти директно до дома ви.

В България за опаковането на онлайн поръчките не се използва пластмаса, а рециклирана хартия. За уплътняване на продуктите в пратките се поставя шредирана хартия от използвани картони.

Екологичен отпечатък на нашите строителни дейности

През финансовата 2024/25 г. в подгрупа dm Австрия ще започнем оценка на въздействието на строителството. Целта е постепенно да намалим нашия екологичен отпечатък от тази дейност. В новите ни магазини dm в Айдлинген и Нойрид в Германия вече тестваме алтернативни варианти, които в бъдеще ще бъдат въведени в цялата група dm.

Извършваме и проучвания за дизайна на нашите магазини, за да изчислим емисиите на парникови газове от използваните материали и да определим потенциала за оптимизация. В новия дизайн на магазините все повече разчитаме на рециклируеми и рециклирани материали, като например преградите

Винаги търсим алтернативи, за да намалим нашето въздействие върху околната среда.

за продукти, изработени от 80% рециклиран полистирол, които се използват във всички наши магазини в Германия от края на 2023 година. Това ни позволява да намалим емисиите на парникови газове и да насърчим кръговата икономика. В бъдеще ще прилагаме придобития в Германия опит в цялата група dm.

Разделителите за стоки са изработени от 80 процента рециклиран полистирол.

Таблица 3.3: Развитие на вече измерените непреки емисии на парникови газове (в тонове еквивалент на CO_2)

dm група

	2021		2022			2023		
	абсолютно	в %	абсолютно	в %	Разв. спрямо предх. год.	абсолютно	в %	Разв. спрямо предх. год.
Обхват 3*	**207.956**	**100%**	**232.782**	**100%**	**+12%**	**266.636**	**100%**	**+15%**
Категория 01: Закупени продукти и услуги	130.232	63%	140.392	60%	+8%	161.749	61%	+15%
Категория 02: Капиталови стоки	-	0%	-	0%	-	7.216	3%	-
Категория 04: Транспорт и дистрибуция нагоре по веригата	12.500	6%	16.026	7%	+28%	16.359	6%	+2%
Категория 05: Производствени отпадъци	3.898	2%	5.077	2%	+30%	5.379	2%	+6%
Категория 06: Служебни пътувания	1.177	1%	2.772	1%	+136%	3.507	1%	+27%
Категория 07: Пътуване на служителите до работното място	55.259	27%	62.876	27%	+14%	66.002	25%	+5%
Категория12: Изхвърляне на отпадъци в края на жизнения цикъл	4.889	2%	5.640	2%	+15%	6.425	2%	+14%

dm България

	2021		2022			2023		
	абсолютно	в %	абсолютно	в %	Разв. спрямо предх. год.	абсолютно	в %	Разв. спрямо предх. год.
Обхват 3*	**2.612**	**100%**	**4.811**	**100%**	**+ 48%**	**5.733**	**100%**	**+ 19%**
Категория 01: Закупени продукти и услуги	1.305	+50%	2.174	45%	+67%	2.117	37%	-3%
Категория 02: Капиталови стоки	-	+0%	-	0%	-	-	0%	-
Категория 04: Транспорт и дистрибуция нагоре по веригата	-	+0%	5	0%	-	19	0%	+302%
Категория 05: Производствени отпадъци	17	+1%	24	1%	+43%	31	1%	+28%
Категория 06: Служебни пътувания	2	+0%	8	0%	+346%	43	1%	+462%
Категория 07: Пътуване на служителите до работното място	798	+31%	2.092	43%	+162%	2.861	50%	+37%
Категория12: Изхвърляне на отпадъци в края на жизнения цикъл	49	+2%	76	2%	+54%	88	2%	+16%

Текущо състояние на нашите проучвания за Обхват 3.
*За категория 03: Вериги за доставки на горива (вж. таблица 3.2)

Най-голямата част от досега измерените емисии на парникови газове в Категория 01 се дължи на опаковките на продуктите на марките dm.

Категория 01 „Закупени стоки и услуги“ включва предимно продуктовите опаковки на dm марките (средно 85%), логистичните опаковки на целия ни асортимент (средно около 4%), както и IT оборудването и използваната от нас облачна инфраструктура (средно около 3%).

От 2023 г. категория 02 „Капиталови стоки“ включва първото признаване, например на закупените през 2023 г. регали и каси в магазините dm в Германия, чието оценяване в бъдеще ще разширим за групата dm.

В категория 04 регистрирахме разстоянията, изминати от нашите партньори за онлайн доставка, и текущите операции на нашите външни логистични партньори. По-голямата част от емисиите са генерирани от онлайн доставките (около 80%).

Категория 05 „Производствени отпадъци“ съдържа рециклируемите

Прецизният анализ на нашите емисии ни позволява да разработим целенасочени мерки за намаляване.

материали, изхвърлени от dm, от които средно 57% са хартия.

Категория 06 „Служебни пътувания“ включва емисиите от служебни пътувания с личен автомобил или автомобил под наем, както и емисиите от пътувания със самолет. Само около 5% от емисиите са от пътувания със самолет, а 95% – от автомобили под наем и частни автомобили. В България през 2023 г. от общо 256 800 километра сме изминали около 207 300 километра със самолет, 45 600 километра с частен автомобил, 3870 километра с автомобил под наем.

Категория 07 „Пътуване на служителите“ включва действително изминатото разстояние до работното място от нашите служители до магазините dm, разпределителните центрове и административни офиси. Емисионният фактор за всички страни се основава на модалното разпределение в Германия, което включва средното разпределение на средствата за транспорт до работното място.

Категория 12 „Изхвърляне на отпадъци в края на жизнения цикъл“ съдържа средно 86% от опаковките на продуктите с марката dm, изхвърлени от нашите клиенти.

57 процента

от емисиите на парникови газове от нашите изхвърлени рециклируеми материали идват от хартия.

Картонът и хартията се пресоват в магазините на dm и след това се предават за рециклиране.

Избрани инициативи и проекти

PPA dm Германия

Като първи голям проект за закупуване на енергия чрез дългосрочен договор (PPA), dm-Германия ще закупува електроенергия от най-големия до момента офшорен вятърен парк в Германия – „Borkum Riffgrund 3“, съвместно с доставчика на енергийни услуги EHA. Планира се той да влезе в експлоатация в края на 2025 г. и ще снабдява dm с около 28 000 MWh енергия годишно, което съответства на енергийното потребление на около 300 магазина dm. Освен dm-drogerie markt, сред клиентите са и други големи компании като Amazon, REWE Group, Google, BASF и Covestro.

Агрифотоволтаични системи като тази в Гавайнщал в Австрия позволяват двойна употреба за производство на електроенергия и селско стопанство.

Изграждането на офшорния вятърен парк „Borkum Riffgrund 3“ в Северно море започна през лятото на 2023 г.

dm Австрия се присъединява към проект за агрифотоволтаична система

В Гавайнщал на площ от около седем хектара се изгражда земеделска фотоволтаична централа. Тук е възможно двойно ползване на площта – за производство на електроенергия и за земеделие. Проектът дава възможност на земеделския стопанин да отглежда фураж за животните си, които преди това е купувал от друг район. Към екологичното производство на електроенергия, съчетано с местното земеделие, се добавя и спестяването на транспортни разходи. Фотоволтаичната инсталация с мощност от около пет мегавата ще бъде оборудвана с т.нар. система за проследяване, т.е. фотоволтаичните модули ще следват движението на слънцето и така ще произвеждат слънчева енергия още по-ефективно. Дългосрочният договор за закупуване на енергия между производителя и dm Австрия е сключен за 15 години. Всяка година ще бъдат доставяни около шест гигаватчаса електроенергия. Това е 16,5% от текущите нужди на dm Австрия от електроенергия.

Мощност: 4939 MWh

Брой модули: около 8200

Производство: 6200 MWh или около 70 dm магазина

Икономии на еквиваленти на CO_2: около 3200 тона годишно или еквивалент на емисиите на CO_2 на около 1300 автомобила годишно

Планирано въвеждане в експлоатация: февруари 2025 г.

Тестваме устойчиви концепции за задвижване (електрически камиони).

CO_2 се превръща в опаковка:

Ние сме една от първите компании, които работят с партньори за рециклиране на парниковия газ CO_2 и използването му като суровина – например за пластмасови опаковки. CO_2 се произвежда в големи количества при производството на стомана или производство на цимент. Нашата партньорска компания LanzaTech е разработила биохимична технология за производство на етанол. Той може да се използва директно като съставка в продукти или като устойчива суровина – например за пластмасови опаковки. Рециклирането на CO_2 намалява емисиите, тъй като газът не се отделя в атмосферата.

dm разяснява

Какво е рециклиране на CO_2? Процесът е обяснен в кратко видео.

Опаковката на течността за миене на съдове Denkmit Ultra Sensitive съдържа 30 процента пластмаса, направена от рециклиран CO_2 (с изключение на капачката и етикета).

Опазване на ресурсите и кръгова икономика

Увеличаващият се добив на първични суровини изостря екологичните проблеми като изменението на климата и загубата на биологично разнообразие – особено в чувствителните райони. Едно от решенията е кръговата икономика, при която материалите и продуктите се използват възможно най-дълго и след това се връщат в цикъла на преработка.

От отношение към действия

Нашите въздействия, рискове и възможности

Групата dm въздейства по веригите за създаване на стойност. Като търговец и доставчик на дрогерийни продукти, ние се нуждаем от разнообразни суровини за производството и опаковането на продуктите и тяхното разпространение в нашите магазини. Все още за продуктите с марката dm се използват много първични суровини, особено за самите продукти. Тяхното отглеждане и добив оказват влияние върху околната среда и наличностите, особено в случай на невъзобновяеми суровини в дългосрочен план

Възможните затруднения в доставките на първични суровини, независимо дали се дължат на геополитически фактори, или природни бедствия, и произтичащата от тях икономическа нестабилност или повишено пазарно търсене, представляват ключов риск за нас. Това оказва пряко въздействие върху нашата стопанска дейност и може да доведе до недостиг на доставки или до увеличаване на разходите поради повишаване на цените на суровините. За да намалим зависимостта си от първични суровини, бихме искали все повече да преминаваме към използването на рециклирани суровини. Горепосочените фактори могат да окажат влияние и върху способността ни да изпълняваме доставки.

Преходът към ефективни и ориентирани към кръговата икономика системи, които щадят ресурсите и могат да намалят разходите в средносрочен и дългосрочен план, открива многобройни възможности пред нас като компания. Примери за това са въвеждането на системи за многократна употреба, особено в областта на логистиката, или използването на рециклирани материали. Това от своя страна повишава устойчивостта в рамките на нашите вериги за създаване на стойност и намалява зависимостта ни от ограничените природни ресурси.

Нашият подход: стратегия, цели и мерки

Намаляваме до минимум екологичния си отпечатък във всички ключови процеси чрез отговорно използване на материали и ефективно управление на рециклирането и се стремим към функционираща кръгова икономика. Понастоящем се фокусираме върху суровините, които са ни необходими за нашите продукти с марката dm, както и върху тяхното опаковане и разпространение до магазините. Имаме пряко влияние върху концепцията за продукта, количеството на материала, избора на материал, използването на рециклиран материал и връщането в цикъла. При формирането на нашия асортимент се стремим да предлагаме на клиентите си продукти и концепции за опаковки, които щадят ресурси.

Работим с всички партньори – от производителите на опаковки за продуктите до рециклиращите предприятия – за разработване на конкретни стратегии за насърчаване

на кръговата икономика. Това ни помага не само да намалим обема на отпадъците, но и да повишим осведомеността на клиентите за кръговата икономика.

Нашият стратегически подход „без отпадъци“ включва следните аспекти и всеобхватни цели, които едновременно изпълняват нашата отговорност за околната среда и подобряват ефективността на нашите процеси.

Намаляване на използването на материали: Целта е да намалим потреблението на ресурси и суровини до необходимия минимум. Това насърчава устойчивото използване на материалите и намалява нашия екологичен отпечатък.

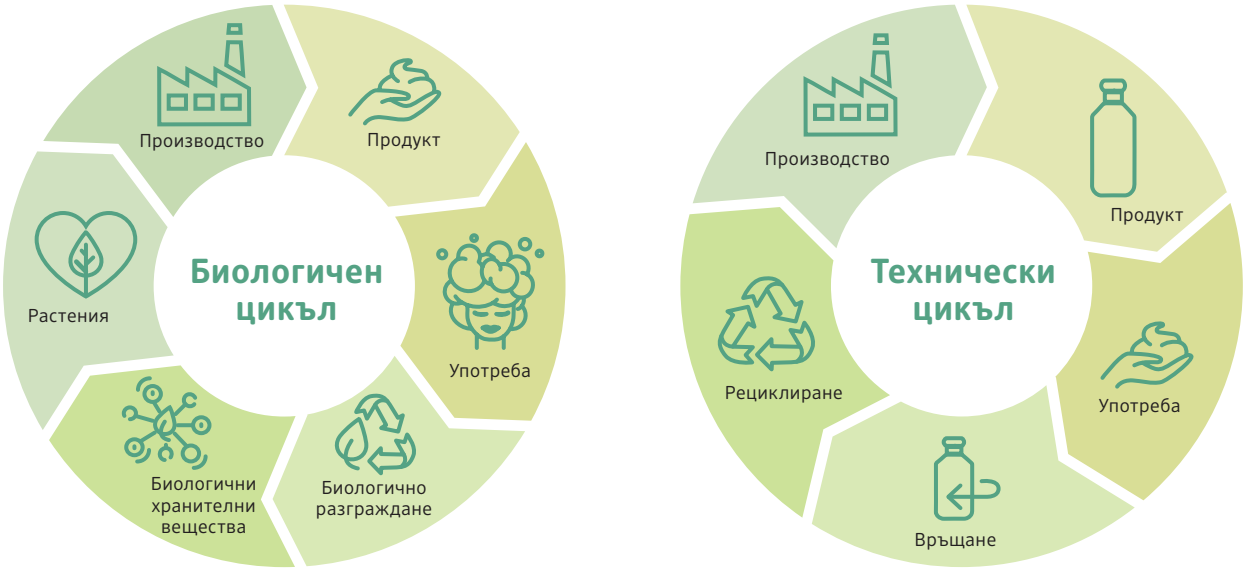
Устойчив избор на материали: Винаги вземаме предвид екологосъобразните и ресурсоспестяващите варианти, особено при избора на материали за продуктите и опаковките.

Насърчаване на кръговата икономика: Чрез прилагане на принципа „Cradle-to-Cradle“ (бел. пр. – принцип на непрекъснатата и последователна икономика на рециклиране) се стремим да създаваме затворени цикли на материалите. Целта е продуктите и опаковките да се проектират по такъв начин, че след употреба да могат да бъдат върнати в биологичния или техническия цикъл.

Намаляване на отпадъците: Стремим се да минимизираме отпадъците във всички процеси.

Повишаване на осведомеността: Информираме служителите, партньорите и клиентите си за по-устойчиви практики и значението на опазването на ресурсите и кръговата икономика (вж. подраздел „Отговорно формиране на асортимента“).

Принципът „Cradle-to-Cradle“



„Cradle-to-cradle“ е концепция за устойчиво проектиране на продукти по такъв начин, че да могат да бъдат напълно рециклирани или биоразградени след употреба, без да генерират отпадъци. По този начин се затварят циклите на материалите и се свежда до минимум въздействието върху околната среда.

Намаляване на използването на материали	
Цел	**Мерки**
Искаме да използваме само толкова материал за марките dm, колкото е необходимо за защита на продукта.	Непрекъснат преглед на опаковките на нашите продукти за потенциални икономии.
Непрекъснато тестваме иновативни подходи като например предлагане на станции за повторно пълнене на продукти, за да намалим до минимум потреблението на ресурси.	По-нататъшно развитие на съществуващите ни станции за повторно пълнене на продукти и изпробване на нов продуктов асортимент в различни dm страни.
Предоставяме възможност на нашите клиенти да потребяват по-устойчиво, като предлагаме концепции за продукти, които щадят ресурсите.	Непрекъснато тестване на варианти за продуктово позициониране, продукти за многократна употреба, като „Refills“, компактни продукти (напр. твърд вместо течен шампоан за коса) и концентрати.
Искаме да използваме само толкова транспортни опаковъчни материали, колкото е необходимо, за да защитим продукта в логистичните процеси.	Непрекъснат анализ на потенциала за икономии от 2019 г. насам чрез нашия мониторинг на материалните потоци в областта на логистиката. Създаване на отделен процес за постоянен преглед на използването на палети, за да се продължи търсенето на възможности за пестене на опаковки след пускането на даден продукт на пазара.
Непрекъснато проверяваме разумното използване на решения за многократна употреба във всички наши процеси.	Развитие на внедряването на SMART Box на „Global Standards One“ (GS1) – модулно решение за касети за многократна употреба. Постепенно въвеждане на дисплеи за многократна употреба във всички магазини dm от 2024 г.
До 2025 г. съотношението между количеството пластмаса и продажбите на марките dm трябва да бъде намалено с 45% в сравнение с 2018 г.	Намаляваме и заменяме пластмасата в нашите опаковки, когато това е възможно и екологично целесъобразно. Непрекъснат преглед на потенциала за намаляване на пластмасата за марките dm – например отпадане на компоненти от опаковката или заместването им с картон, когато това е екологично целесъобразно.

Устойчив избор на материали	
Цел	**Мерки**
Избираме най-устойчивия опаковъчен материал за всеки продукт с марката dm.	Преценяване на предимствата и недостатъците на различните опаковъчни материали за всеки продукт и информиране на заинтересованите страни по разбираем начин за решението в полза на даден материал.

Насърчаване на кръговата икономика ...чрез използване на рециклирани материали

Цел	Мерки
Където е възможно, използваме рециклирани материали в опаковките на продуктите с марката dm. До 2025 г. пластмасовите ни опаковки за нехранителни продукти трябва да се състоят от поне 50% PCR материал (Post Consumer Recycled).	Непрекъснато тестване на опаковките за допълнително съдържание на рециклируеми материали.
Използваме вторични суровини не само в нашите опаковки, но и в нашите продукти.	Непрекъснато тестване на продуктите с марката dm за възможно рециклирано съдържание. Мониторинг на дела на рециклираните суровини за нашите продукти – от марката no planet b до рециклиране на CO_2. В допълнение, снабдяване със суровини от странични промишлени потоци.

Насърчаване на кръговата икономика ...чрез възможност за рециклиране

Цел	Мерки
Залагаме на рециклируеми опаковки за нашите продукти, за да възстановим ценни суровини. Нашата цел е до 2025 г. поне 90% от опаковките на продуктите с марката dm да бъдат рециклируеми.	Непрекъснато разработване и наблюдение на възможността за рециклиране на опаковките на продуктите с марката dm.
Искаме също така да затворим циклите при нашите текстилни изделия.	Осъществяване на пилотен проект за събиране на текстил в dm Германия. Преработка и превръщане на работно облекло за магазините в лилави хартиени торбички в dm Германия.
Нашата цел е да намалим дела на нерециклируемите транспортни опаковъчни материали	Непрекъснато намаляване на количеството нерециклируемо съдържание чрез различни мерки за контрол. За логистичните опаковки (стреч фолио, термосвиваемо фолио и фолио за опаковане на палети) важат разпоредбите за транспортните опаковки. Обучение на нашите служители за разделяне на рециклируеми материали.

Насърчаване на кръговата икономика ...чрез партньорства и инициативи	
Цел	**Мерки**
Насърчаваме функционираща кръгова икономика с всички партньори – от производителите на опаковки за продуктите до рециклиращите предприятия.	Разработване на стратегии за популяризиране на кръговата икономика в рамките на „Forum Rezyklat“ и други инициативи и повишаване на осведомеността на нашите клиенти за кръговата икономика. Напредък в областта на дигитализацията през 2024/25 г. чрез „Forum Rezyklat“ и с партньори, включително GS1.

Намаляване на отпадъците	
Цел	**Мерки**
Нашата цел е да предотвратим разхищението на ресурси.	Всекидневен преглед на поръчките за количества и тяхното коригиране. Координиране на процесите на обявяване и поръчване, за да се отговори на нуждите на нашите клиенти.
Нашата цел е да избягваме излишъците по принцип. Ако все пак такива се появят, ние се ангажираме активно да ги предадем по смислен начин чрез целеви проекти, като например дарения.	Преглед на проектите за сътрудничество в случай на излишъци.
Нашата цел е да формулираме продуктите с марката dm по такъв начин, че те да имат необходимия срок на годност, така че клиентите да могат да го ползват, за да сведем до минимум отпадъците и да увеличим употребата им.	Тестване на оптималния срок на годност на продуктите – независимо дали става въпрос за храна или крем за лице – и разработване на съответните опаковки на продуктите.

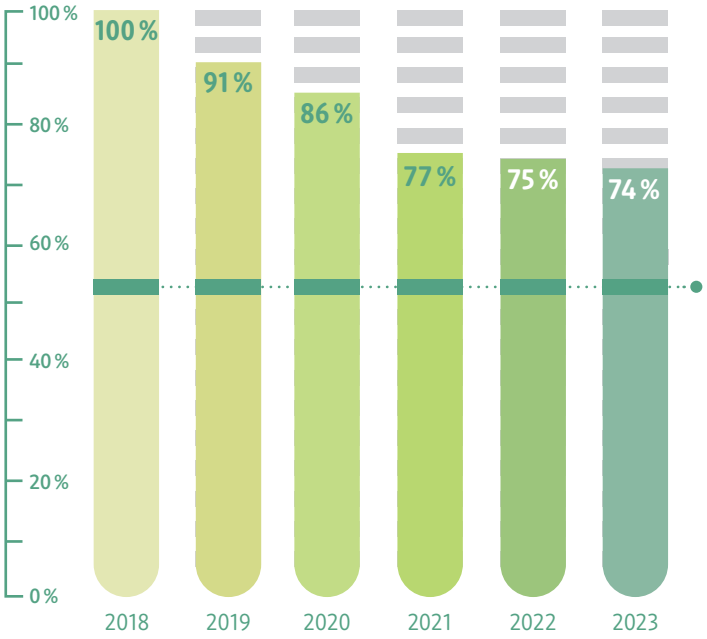
Повишаване на осведомеността	
Цел	**Мерки**
Искаме допълнително да привлечем вниманието на нашите партньори, колеги и клиенти към по-устойчивите практики и значението на опазването на ресурсите и кръговата икономика.	Засилване на комуникацията чрез специфични за страната и на съответните езици указания за разделяне на опаковките. Акцент в онлайн магазина на dm върху опаковките с повече от 70% съдържание на рециклирани материали.

Намаляване на използването на материали

Непрекъснато проверяваме опаковките на продуктите на нашите марки dm за потенциални икономии по отношение на количеството използвани материали. Това е възможно чрез намаляване на дебелината на стените или намаляване на размера на капака. В сравнение с 2018 г. и спрямо оборота през 2023 г. успяхме да намалим количеството на използвания материал за пластмасови опаковки с почти 30%.

Друг положителен ефект: по-малките капачки не само намаляват количеството на материала, използван за опаковането на самия продукт, но и водят до по-малки обеми при транспортирането по веригите за създаване на стойност. Друга важна стъпка е адаптирането на капачките за продукти като например слънцезащитен крем. Тъй като тези капачки носят висок риск от изхвърляне на отпадъци (Littering), внедрихме нова капачка, която не съдържа ръчно разделящи се компоненти. Тази нова разработка доведе не само до намаляване на риска от изхвърляне на отпадъци, но и до допълнително намаляване на количеството материал.

Диаграма 3.2: Материали, използвани в нашите пластмасови опаковки



90 тона пластмаса годишно

2022 г.: Чрез намаляване на плътността на стените на пластмасовите туби на alverde NATURKOSMETIK.

61 тона картон годишно

2020 г.: Преминаване от сгъваеми картонени опаковки с фолио към щамповано фолио за тортелини и равиоли.

Непрекъснато намаляваме употребата на пластмаса в марките dm – както и при другите опаковъчни материали. Примери за това можете да видите при продуктите за dm Германия, изброени вдясно.

Перилните препарати и препаратите за съдове могат да се допълват на станции в магазините dm.

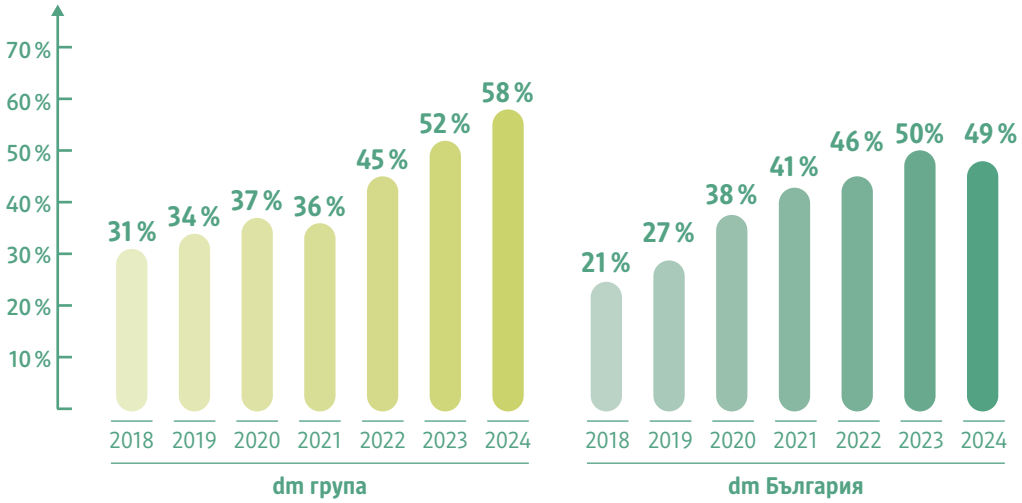
Станции за повторно пълнене на продукти

Инсталирахме станции за повторно пълнене в около 7% от магазините в dm групата, което дава възможност на клиентите ни да купуват определени продукти с по-малко опаковки. Най-голям е делът в dm Австрия, където станциите за повторно пълнене са на разположение на клиентите в 33% от магазините dm – първата станция влезе в експлоатация през есента на 2018 г. В подгрупата на dm Австрия станциите позволяват допълване на продукти за пране и почистване. Чрез повторната употреба на празните опаковки се спестяват до 70% пластмасови отпадъци при едно допълване. Концепцията се внедрява и в други държави от групата dm. В Хърватия до момента дванадесет магазина са оборудвани със станции за повторно пълнене. В България към септември 2024 г. станциите са шест.

От май 2024 г. dm Германия тества станции за пълнене на храни. Като цяло през финансовата 2023/24 г. спестихме повече от седем тона пластмасови опаковки.

Продуктите в опаковки за пълнене или под формата на концентрати за доливане дават възможност на нашите клиенти да купуват продукти с по-малко опаковки. Търсенето варира значително в зависимост от продуктовата категория. Докато продажбите на опаковки за многократно пълнене на течни сапуни постоянно нарастват и дори съставляват средно над

Диаграма 3.3: Дял на опаковките за пълнене, продавани от марките dm в продуктовата категория течни сапуни



Продължаващо увеличение на продажбите на опаковки за пълнене с течен сапун на dm марките в групата dm, с изключение на dm Северна Македония.

50% от продажбите във всички страни, продажбите на опаковки за многократно пълнене за почистващи препарати за стъкло остават на около 20%. dm все повече се фокусира върху разясняването и разработването на продукти, за да подчертае по-ясно предимствата на тези решения. Фокусът е върху съчетаването на устойчивост с отлична ефективност при почистване.

Решения за многократна употреба

Разглеждаме продуктите за многократна употреба като начин за опазване на ресурсите. Ето защо непрекъснато се опитваме да разширяваме тяхното предлагане във всички категории, където е възможно. Примерите включват тампони за очи за многократна употреба, менструално бельо и чанти за многократна употреба.

За транспортна защита използваме основно суровини на базата на влакна: около 90% от използваните за транспорт материали са от хартия или картон, а останалите са пластмаси. Един от начините за опазване на използваните ресурси е преминаването към системи за многократна употреба. От септември 2021 г. ние сме един от първите партньори, които участват в проекта на GS1 SMART Box за модулно решение за касети за многократна употреба като част от нашата транспортна логистика при поръчките в рамките на dm Германия. Работим с нашите партньори за популяризиране на проекта сред други търговци на дребно и производители.

Промоционалните дисплеи са често срещано средство за насърчаване на продажбите на място в магазините dm и от десетилетия обикновено се изработват от картон за еднократна употреба. През 2023 г. пуснахме на пазара дисплей за многократна употреба съвместно с компанията CHEP. В сравнение с конвенционалните картонени дисплеи той намалява опаковките за еднократна употреба с повече от 50%.

Преустройство и разширяване на магазините dm

Количеството суровини, от които се нуждаем за изграждането или преустройството на нашите магазини, не е значително в сравнение с количеството суровини, необходими за продуктите с марката dm. Въпреки това отдаваме значение на цялостното разглеждане на темата във всички нейни аспекти и затова сме си поставили цели за кръгова икономика и по отношение на тези процеси, като непрекъснато разработваме с нашите партньори решения за по-устойчиво разширяване и преустройство на нашите магазини.

Затваряне на цикли и насърчаване на кръговата икономика

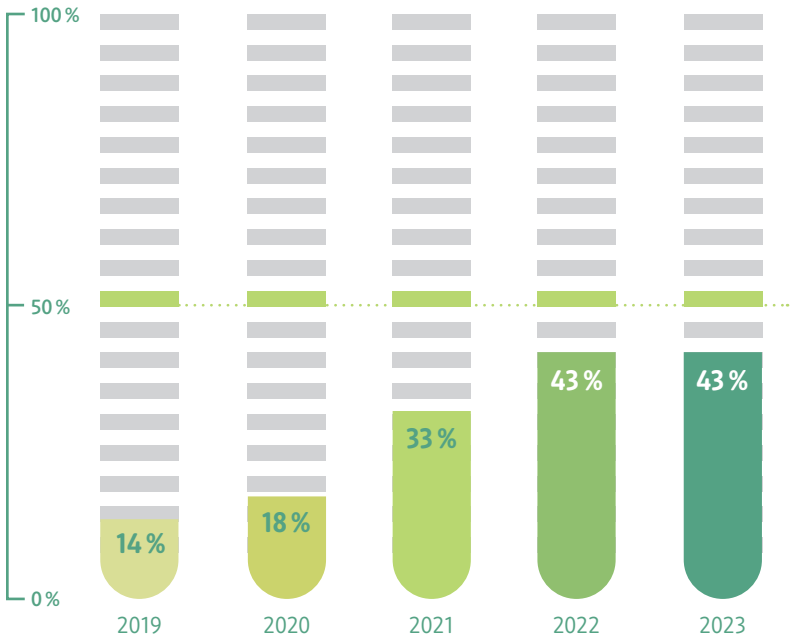
Използване на подходящ опаковъчен материал

Всеки опаковъчен материал има своите предимства и недостатъци. Ето защо внимателно преценяваме с какъв материал се опакова всеки наш продукт. Картонът и пластмасата са двата опаковъчни материала, които най-често се използват за продукти с марката dm.

Използването на рециклирани материали в нашите опаковки е основен компонент на нашата стратегия за устойчивост. Използваме материали PCR материал (Post Consumer Recycled), т.е. материали, които се рециклират след употреба от крайните потребители и се връщат в цикъла. В края на 2023 г. 43% от пластмасата в опаковките на продуктите с марка dm в Германия е от рециклирани материали.

В допълнение към опаковките на продуктите непрекъснато преразглеждаме използването на рециклирани материали и възможността за използване на суровини от странични промишлени потоци. Примери за това могат да бъдат открити в отделни продукти като

Диаграма 3.4: Непрекъснато заменяме първичните суровини с рециклирани суровини



За втора поредна година делът на рециклираните материали в количеството пластмаса, пускано на пазара от марките dm всяка година, е над 40 процента. Това показва, че използването на рециклирани материали е добре установено при нашите dm марки.

тоалетната хартия със съдържание на слама, бадемовото масло за грижа на alverde, което се произвежда от маслото, пресовано при производството на бадемово брашно dmBio, или продуктите на нашата кооперационна марка no planet b, чиито ценни съставки идват от ъпсайклинг на материали от производството на храни.

Възможност за рециклиране

Независимо от вида на материала непрекъснато развиваме възможността за рециклиране на нашите опаковки и не се фокусираме само върху пластмасата. По-голямата част от пластмасовите опаковки като бутилки, туби или кутии имат възможност за рециклиране над 90% според германския минимален стандарт на Централната служба за регистър на опаковките (ZSVR, версия 2023). Някои опаковки все още са от различни слоеве пластмаса, но постепенно ги превръщаме в еднослойни опаковки.

Транспортните опаковъчни материали в логистиката също трябва да могат да се рециклират. В нашите правила сме определили транспортните опаковъчни материали, в които могат да ни бъдат доставяни продукти от нашите индустриални и производствени партньори. Това е единственият начин да се гарантира, че впоследствие могат да бъдат върнати за рециклиране по най-добрия възможен начин чрез системите за събиране в магазините ни. Въведохме различни мерки за по-нататъшно намаляване на количеството нерециклируеми материали. Например от 2024 г. се провежда пилотен проект с допълнителни мерки за контрол при приема на стоки в магазините, за да влезем впоследствие в диалог с нашите партньори и да изградим общо разбиране за това как да намалим нерециклируемите материали.

Цялостно прилагане на кръговата икономика е възможно само с общи усилия

Съвместно с всички заинтересовани партньори в кръговата икономика – от производителите на опаковки до рециклиращите предприятия – се ангажираме да разработим конкретни подходи за популяризиране на

кръговата икономика и за повишаване на осведомеността на клиентите за нея. Инициативите, които целят затваряне на цикъла на рециклиране във всички области, допринасят не само за намаляване на обема на отпадъците в dm Германия, но имат положително въздействие и върху подгрупата dm Австрия. С всяка рециклируема опаковка, която има и съдържание на рециклирани материали, насърчаваме европейската инициатива за кръгова икономика и намаляваме въздействието си върху околната среда.

Затова ще продължим да работим с „Forum Rezyklat“ и други инициативи за разработване на стратегии за насърчаване на кръговата икономика. От 2023 г. насам dm Германия силно насърчава дигитализацията на кръговата икономика, включително с GS1, във „Forum Rezyklat“ и работи много активно с всички заинтересовани страни за разширяване на инициативата. Дейностите оказват въздействие върху цялата dm група. В крайна сметка функциониращата инфраструктура за данни е ключов лост за успешната трансформация от линейни вериги за създаване на стойност към кръгова икономика.

Намаляване на отпадъците

Всеки ден в магазините на dm от логистичните опаковки се генерира материал. Във всички dm държави неговото съотношение е около 90% хартия, картон и картонени кутии, 5% фолио с висока степен на рециклируемост и 5% смесени пластмаси. За да се намали още повече количеството на смесените пластмаси, те трябва да станат рециклируеми. Вече сме предприели мерки за постигането на тази цел – както е описано по-горе.

Процесите ни за изготвяне на поръчки са съобразени с нуждите на нашите клиенти, което ни позволява да предотвратим разхищението на ресурси и да намалим до минимум отпадъците. Нашата цел е да избягваме излишъци по принцип. Въпреки това, ако има такива, работим активно, за да ги предадем нататък чрез целеви проекти като например дарения за хранителни банки.

Независимо дали става въпрос за храна или крем за лице, проверяваме оптималния срок на годност на продукта и разработваме продуктите с марка dm и техните опаковки по подходящ начин, за да предотвратим разхищението на продукти. Например адаптираме опаковката и размера ѝ спрямо характеристиките на продукта. По този начин продуктите остават годни за употреба по-дълго и могат да бъдат ползвани по най-добрия начин в зависимост от техните свойства. Пример за това са овесените ядки dmBio, които предлагаме в опаковки с различни размери според нуждите на нашите клиенти.

Повишаване на осведомеността

Повишаваме осведомеността, като информираме на съответните езици за специфичните за всяка страна указания за разделяне на опаковките. През 2019 г. се ангажирахме пред нашите производствени и индустриални партньори в dm Германия, че ще укажем продуктите с опаковки с високо съдържание на рециклирани материали на рафтовете в магазините dm. Това ни позволи да активизираме усилията на нашите партньори за увеличаване на използването на рециклирани материали в опаковките на продуктите. През 2021 г. прехвърлихме тази мярка от магазините dm към онлайн магазина. Сега този инструмент трябва да окаже още по-голямо въздействие, като разширим обхвата на това етикетиране до онлайн магазините от подгрупата dm Австрия.

Съвети

На тези страници сме обобщили съвети за правилното разделяне на рециклируемите материали.

Избрани инициативи и проекти

Новият магазин dm ще бъде разглобяем

В Нойрид (Германия) изграждаме dm магазин изцяло от дърво в съответствие с принципите на кръговата икономика. Използваните материали могат да бъдат демонтирани и използвани повторно, което позволява сградата да бъде разглобена в края на нейния жизнен цикъл. За конструкцията избрахме стени от ламиниран дървен материал, които позволяват ефективно сглобяване и монтаж. Друга особеност е паркингът: в допълнение към възможността за зареждане на електромобили на зарядни станции ще има и многобройни места за паркиране на велосипеди. Ще бъде обърнато внимание и на това да се сведе до минимум запечатването на терена. Това позволява на почвата да абсорбира по-добре дъждовната вода и асфалтът да се нагрява по-малко през лятото.

dm магазинът в Нойрид (Германия), който се планира да бъде завършен през 2025 г., ще постави нов стандарт в изграждането на търговски обекти на dm.

Повторна употреба на елементи от интериора

Елементите от обзавеждането, които вече не са необходими, се превръщат в мебели за нашите магазини.

Станции за повторно пълнене на препарати в България

През 2023/2024 г. dm България добави нови магазини към мрежата си от станции за повторно пълнене на биопрепарати на марката PLANET PURE. Първата станция за повторно пълнене на препарати е монтирана в магазин на dm в София през 2022 г. По-малко от година по-късно броят на станциите нараства до общо четири, след като в началото на февруари 2023 г. са монтирани три нови. В края на август 2024 г. са инсталирани още две нови станции за препарати.

Клиентите могат да избират между различни видове препарат за миене на съдове и гел за пране. Те се пълнят в специални опаковки от 1 литър или 1,5 литра, които се купуват еднократно.

„Ще остана опаковка и в следващия си живот“

Чрез кампанията „Ще остана опаковка и в следващия си живот“ dm България призовава клиентите към устойчиво потребление, като ги мотивира да върнат празните си пластмасови опаковки от козметични продукти и перилни и почистващи препарати. Към септември 2024 г. като част от кампанията са събрани близо 20 тона празни пластмасови опаковки. „Ще остана опаковка и в следващия си живот“ започва през 2021 г. Целта е да бъде осигурен качествен рециклат като ресурс за производството на опаковките на продуктите от dm марките. Кампанията е дългосрочна и празни пластмасови опаковки се събират във всеки dm магазин в България.

Биологично разнообразие

Разнообразието от видове, гени и екосистеми осигурява нашия поминък. За да се противодейства на глобалната му загуба, ООН обяви периода 2021-2030 за „Десетилетие за възстановяване на екосистемите“. Целта е да се защити биоразнообразието както на местно, така и на глобално ниво и да се възстанови здравето на екосистемите.

От отношение към действия

Нашите въздействия, рискове и възможности

Биоразнообразието и съхранените екосистеми са от съществено значение за чистата вода, свежия въздух и плодородните почви. Те са незаменими ресурси за нашата икономика – било то като строителни материали или като многобройни суровини в нашия асортимент. Те осигуряват снабдяването ни с храна, ресурси за лекарствени продукти и регулират климата. Те обогатяват живота ни в културно и икономическо отношение. Затова в dm гледаме на опазването им като на инвестиция в нашето бъдеще.

Въздействията ни в този контекст се проявяват най-вече при добива и извличането на първични суровини, необходими за производството на продуктите с марката dm и продуктите на индустриалните партньори, които продаваме. Освен това запечатването на земята, което се извършва в производствените съоръжения и

Здравите екосистеми са от съществено значение за околната среда.

сгради и техните паркинги, също води до отрицателни въздействия във веригите за създаване на стойност.

Ако биоразнообразието намалее в средносрочен и дългосрочен план, сме изправени пред риск от недостиг на доставки поради липса на суровини – особено в областта на селскостопанските суровини. Това може да доведе до загуби в продажбите и повишаване на изкупните цени. Освен това вероятността да се намерят нови суровини за иновативни продукти намалява, което от своя страна увеличава разходите за суровини. Виждаме своята възможност в това да станем независими от важни първични суровини чрез прилагане на кръговата икономика и в разработването на иновативни продукти, които опазват околната среда.

Нашият подход: стратегия, цели и мерки

Биоразнообразието е ключът към здрава планета и устойчиво бъдеще за всички живи същества. Затова неговото опазване и съхраняване е от изключителна важност. То е от съществено значение за баланса и стабилността на нашите екосистеми. Непокътнатите екосистеми са от изключителна важност за устойчивостта на суровините за нашите продукти с марката dm и за продуктите на нашите партньори. Ето защо трябва да полагаме интензивни грижи за биоразнообразието в районите, където се отглеждат суровини. Работим с нашите партньори директно на място за опазване на местното биоразнообразие.

За да сведем до минимум негативното въздействие върху биоразнообразието и екосистемите, сме поставили стратегически акцент върху избягването на използването на първични ресурси, особено за марките dm. Там, където това не е възможно, се стремим да набавяме тези ресурси по възможно най-щадящия околната среда начин..

Избягване на използването на първични суровини: Считаме, че преминаването към рециклирани материали е един от начините да станем независими от първичните суровини, като същевременно насърчаваме развитието на кръговата икономика. Друг подход за намаляване на въздействието на потреблението на първични суровини върху биоразнообразието виждаме в каскадното оползотворяване на суровини от странични потоци. Целта е да се увеличи делът на рециклираните материали в продуктовото портфолио и да се оползотворят страничните промишлени потоци (вж. подглавата „Опазване на ресурсите и кръгова икономика“).

Опазване и съхранение на биологичното разнообразие: Нашата цел е да сведем до минимум отрицателното въздействие върху разнообразието от видове, гени и екосистеми във веригите за създаване на стойност и в собствената ни сфера на действие.

Ренатурализация на деградирали райони: Подкрепяме проекти за изграждане на екосистеми, т.е. за ренатурализация на деградирали райони, за да компенсираме отрицателните ефекти, които не могат да бъдат напълно избегнати при производството на продукти и бизнес процесите на dm.

Целта

е да сведем до минимум негативното си въздействие върху биоразнообразието.

Избягване на използването на първични ресурси	
Цел	**Мерки**
Искаме непрекъснато да увеличаваме дела на рециклираните материали в продуктовото портфолио и използването на суровини от странични потоци в продуктите с марката dm.	Увеличаване на дела на рециклираните материали в продуктовото портфолио. Увеличаване на дела на рециклираните материали в оборудването на магазините. Оползотворяване на странични промишлени потоци, които преди това са били изхвърляни, в продукти с марката dm. Pro Climate: Намаляване на екологичния отпечатък при същите характеристики на продуктите с марката dm.

Защита и опазване на биологичното разнообразие	
Цел	**Мерки**
Нашата цел е да сведем до минимум отрицателното въздействие върху околната среда на мястото на добива и обработка на суровини върху местната околна среда.	Включване на тези теми в Кодекса за устойчивост на dm марките за производствените партньори на нашите марки: Критичните суровини идват изключително от устойчиво отглеждане. Разширяване на продуктите с марката dm от биологично земеделие: Използване на суровини от биологично земеделие – dmBio: Всички продукти на dmBio са сертифицирани като минимум със знака за биологично производство на ЕС; разширяване на продуктите на Demeter и Naturland. – alverde: Продукти със суровини от биологично земеделие. – Детски текстил: използване на 99,9% органичен памук. Популяризиране на продукти със суровини от диворастящ добив.
Искаме да сведем до минимум негативното въздействие върху биоразнообразието в нашия сектор, доколкото е възможно.	Разширяване на ивиците от цветя и „зелените“ покриви на собствените сгради. Намаляване на светлинното замърсяване от магазините и разпределителните центрове на dm. Създаване на спецификации за „зелени“ сгради за наемодателите на магазини dm, които се отнасят до запечатването на почвата чрез паркинги, озеленяване на покриви и фасади.

Ренатурация на деградирали райони	
Цел	**Мерки**
Искаме да създадем стойност за околната среда, като създадем нови местообитания.	Осъществяване на мерки за ренатурлизация на бивши минни райони в Германия с нашия партньор „GREENZERO“ – с асоциираното дружество HeimatERBE.

Избягване на използването на първични суровини

За да не използваме първични суровини, непрекъснато насърчаваме използването на рециклирани материали в опаковките на цялото ни продуктово портфолио. Използваме индустриални странични потоци и други рециклирани материали за продуктите си с марката dm и насърчаваме решенията за многократна употреба в областта на логистиката. Също така непрекъснато преразглеждаме възможността за използване на рециклирани материали в интериорния дизайн на магазините dm (вж. подраздел „Опазване на ресурсите и кръгова икономика“). Освен това оползотворяваме промишлено произвеждания CO_2, който извличаме, преди да бъде отделен, рециклираме в биоетанол и след това използваме в продуктите и техните опаковки (вж. подраздел „Комплексни мерки за опазване на климата“).

100

Pro Climate продукти

през финансовата 2023/24 г. отговарят на стандарта GUH.

Продукти с марката dm с по-малко въздействие върху околната среда

От 2020 г. в Германия работим съвместно с нашия партньор „GREENZERO“ – със свързаното дружество HeimatERBE. „GREENZERO“ е разработил стандарт в сътрудничество с партньори от науката – Техническия университет в Берлин и Техническия университет в Брауншвайг, който през лятото на 2024 г. беше прехвърлен на новосъздаденото сдружение „Заедно за екологична неутралност“ („Gemeinsam umweltneutral handeln – GUH“) и там ще се доразработва. Ние сме член-основател на сдружението и участваме активно в него, тъй като научно обоснованият стандарт за съответствие е от съществено значение за нас.

В основата на стандарта на GUH е подходът „Кръгова компенсация на екосистемата“. За първи път той позволява опазването на околната среда да бъде стандартизирано цялостно, научно и с ясно изчислими методи.

Разработихме продуктите Pro Climate в съответствие с този стандарт на GUH заедно с нашите производствени партньори. Над 100 продукта Pro Climate от нашите марки dm alverde, babylove, Denkmit, dmBio, Jessa и Sanft&Sicher отговарят на стандарта през финансовата 2023/24 година. За сравнение: първите 13 продукта Pro Climate пуснахме на пазара през април 2021 г.

Стандартът на GUH създава нова екологична стойност в четири стъпки:

Стъпка 1:

Въздействието върху околната среда се измерва с помощта на оценка на жизнения цикъл, т.е. за продукти съгласно ISO 14040/44, а за организации – въз основа на Протокола за парниковите газове, който е съвместим с ISO 14064.

Стъпка 2:

Работим за непрекъснато намаляване на въздействието върху околната среда, като разпознаваме потенциала за намаляване на въздействието от оценките на жизнения цикъл и разработваме ефективни стратегии за намаляване на въздействието. Това ни позволява да намалим екологичния си отпечатък отвъд CO_2.

Стъпка 3:

Останалите въздействия върху околната среда се преобразуват в екологични разходи съгласно научно признатия методически стандарт „Environmental Prices“ на нидерландската изследователска и консултантска компания CE Delft.

Стъпка 4:

Екологичните разходи се инвестират във въздействията върху околната среда, свързани с изменението на климата, еутрофикацията, подкиселяването, фотохимичния смог и разрушаването на озона. Ние ги инвестираме в ренатурализация на деградирали райони в Германия, за да насърчим екологичното разнообразие, като по този начин създаваме екологична стойност.

GUH-стандарт

Допълнителна информация за стандарта може да бъде намерена на тези интернет страници.

Следващите две нови попълнения илюстрират принципа на стандарта:

Твърдият душ гел alverde NATURKOSMETIK с аромат на мента и бергамот е алтернатива на продуктите с течни съставки и пластмасови опаковки. Както при всички продукти Pro Climate, екологичните последици от изменението на климата, свръхнаторяването, подкиселяването, фотохимичният смог и разрушаването на озона са отчетени и преобразувани в екологични разходи в съответствие със стандарта CE Delft. Ние инвестираме тези разходи в проекти за ренатурализация в Германия, за да насърчим екологичното разнообразие.

Тоалетната хартия Sanft&Sicher Pro Climate е изработена от 100% хигиенични рециклирани влакна. Бежовият ѝ цвят се дължи на липсата на хлорни избелители и оптични избелители. Стегнатото навиване на ролките и по-малката опаковка дава възможност за по-оптимално използване на транспорта. Резултатът е по-малко превози с камиони и следователно по-ниски емисии на CO_2. Трислойната тоалетна хартия е удостоена с екомаркировката „Blauer Engel“. И в този случай въздействието върху околната среда се отчита, преобразува се в екологични разходи и се инвестира в мерки за ренатурализация.

Защита и опазване на биологичното разнообразие

Ние се снабдяваме с възобновяеми суровини от устойчиви култури

Понастоящем разглеждаме особено критично първичните суровини, използвани в много големи количества в продуктите с марката dm, които произхождат от промишлено обработване на полета или гори и от чувствителни райони. Всички изисквания за закупуване на нашите суровини са залегнали в Кодекса за устойчиво развитие на dm марките (вж. подглавата „Отговорни вериги за създаване на стойност“): за продуктите на марката dm използваме критични суровини от устойчиво отглеждане.

Палмово масло

Суровините, получени от маслената палма, често са по-продуктивни, отколкото от други маслодайни растения, тъй като никое друго растение не дава толкова високи добиви на масло от хектар земя, колкото тази палма. Съставките за козметични и перилни/измиващи продукти също обикновено се получават от палмови ядки, които са страничен продукт от производството на палмово масло. Монокултурното отглеждане на палмово масло се критикува, тъй като е основен фактор за загуба на биоразнообразие в чувствителни райони на света. Ето защо при снабдяването със суровини обръщаме внимание на устойчивото отглеждане. Това се гарантира от системи за сертифициране като например стандарта RSPO (Roundtable on Sustainable Palm Oil/Кръгла маса за устойчиво палмово масло).

От 2011 г. водим кампания за по-устойчиво отглеждане на палмово масло и сме един от основателите на „Форум за устойчиво палмово масло“ (FONAP; вж. forumpalmoel.org). Като част от тази инициатива поехме публичен ангажимент да използваме само устойчиво сертифицирано палмово (ядково) масло и суровините, произведени от него. Спазването на спецификациите се проверява всяка година от външни одитори от страна на партньорите производители. Ние също така провеждаме собствено изчерпателно годишно проучване, за да наблюдаваме това и да насърчаваме по-нататъшното развитие на изискванията на стандарта за сертифициране.

През 2023 г. почти 100% от суровините, използвани в продуктите на марката dm, базирани на палмово масло, са сертифицирани по стандарта RSPO. От тях шест процента от суровините са били директно палмово масло/масло от палмови ядки, сертифицирани със „запазена идентичност“ и „сегрегирани“ съгласно RSPO. Над 85% от тях произхождат от контролирано биологично отглеждане, което означава, че имат двойно сертифициране. Използвахме тези масла основно за продуктите на dmBio.

Останалите 94% са съставки от така наречените деривати или фракции. Те се преработват в съставки като повърхностно активни вещества, емулгатори или алкохол и се използват в козметиката, детергентите и почистващите препарати. 0,3% от дериватите не могат да бъдат закупени сертифицирани. За да компенсираме това, инвестираме в проекта на FONAP за дребни земеделски производители.

Дървесни влакна

В някои от нашите продукти с марката dm като суровина се използват дървесни влакна. Независимо дали те се преработват в целулоза за мокри кърпички, за продуктови, или логистични опаковки, свежите дървесни влакна трябва да са сертифицирани в съответствие със стандарта „Forest Stewardship Council“(FSC).

При възобновяемите суровини устойчивите източници са от особено значение за нас.

Палмово масло

Ние се ангажираме с устойчиво отглеждане на маслената палма. Повече информация ще откриете на dm.de

От 1986

предлагаме на нашите клиенти биохранителни продукти.

Селскостопански суровини

Устойчиво произведените храни имат решаващ принос за опазването на биологичното разнообразие. Ето защо биологичните храни са част от асортимента на dm от 1986 г. насам, а от 2015 г. вече с dmBio изпращаме ясно послание в полза на биологичното отглеждане на нашите храни. Като търговец виждаме отговорността си да предлагаме висококачествени и по-устойчиви продукти. Поради тази причина 100% от продуктите от серията dmBio са сертифицирани с печата на ЕС за биологично производство. Подкрепяйки земеделски практики, които насърчават разнообразието от растения и животни, ние помагаме за опазването на естествените местообитания. Това е важно не само за околната среда, но и за качеството на храната, която предлагаме. В групата dm като цяло продуктите dmBio съставляват 81% от продажбите на храни (подгрупа dm Германия 83%, подгрупа dm Австрия 75%) и 80% в dm България.

От септември 2024 г. над 200 от 650 артикула на dmBio носят печата на земеделските асоциации Naturland или Demeter, които се подчиняват на по-строги насоки от тези, предвидени в Регламента на ЕС за биологичното земеделие. Така например в насоките за производство на Naturland се посочва, че биоразнообразието в стопанствата трябва да бъде запазено и насърчавано. Стопанствата Demeter поддържат десет процента от земеделската си земя като зони за биоразнообразие и използват само устойчиви сортови семена.

През 2022 г. dmBio преминава към изпозлване на такива семена за собствения си сок от моркови и цвекло. От една страна, така марката насърчава генетичното разнообразие на полетата. От друга страна – помага на местното селско стопанство да стане по-малко зависимо от хибридните семена, които се отглеждат единствено за добив и трябва да се купуват всяка година.

За продуктите на нашата марка alverde NATURKOSMETIK все повече използваме суровини от контролирано биологично отглеждане, например невен в серията за грижа за бебето. Въздействието на суровините от диворастящия добив върху биологичното разнообразие е особено слабо. Затова при dmBio предлагаме боровинки от диворастящ добив, а alverde използва диворастящи рози за органичния околоочен крем с дива роза, органичните почистващи кърпички с дива роза и „Family Shampoo“.

Отговорността започва от нас самите

Можем да постигнем най-голямо въздействие върху опазването на биологичното разнообразие с нашите мерки по веригите за създаване на стойност. Независимо от това, също така разглеждаме нашата собствена област на дейност, за да намалим отрицателното си въздействие.

Въз основа на първоначално изследване с „WWF Risk Filter“ анализирахме всички настоящи и планирани местоположения на нашите магазини, разпределителни центрове и административни офиси във всички 14 държави, в които оперира групата dm. Тези знания ни помагат да идентифицираме местата, които са особено засегнати от екологични рискове като загуба на биоразнообразие и недостиг на вода. Първоначалните проучвания показаха, че нито едно място в групата dm не е изложено на повишени рискове, свързани с биоразнообразието. Въпреки това бихме искали да навлезем по-дълбоко в анализите на местата и да използваме всеки потенциал за оптимизация сега.

Към септември 2024 г. сме ренатурализирали 1,4 хектара в Германия в близост до нашите разпределителни центрове във Вагхаузел и Вайлерсвист по щадящ за насекомите начин, като още 700 квадратни метра са в процес на изграждане във Вайлерсвист.

Анализирахме светлинните емисии в нашите обекти в цяла Германия, за да ги намалим, където е необходимо. Като първоначална мярка изключваме рекламното осветление в нашите над 2000 магазина в Германия всеки ден между 22:00 и 6:00 часа. Времето за осветление се намалява и в страните от подгрупата dm Австрия. В България през пролетно-летния сезон осветяването е само между 20:00 и 22:00 ч., а през есенно-зимния – между 17:00 и 21:00 часа.

Понастоящем изготвяме „Спецификация за зелено строителство“ в dm Германия, с която бихме желали да мотивираме нашите наемодатели да прилагат мерки за опазване на биоразнообразието на местата, където се намират нашите магазини. Тези мерки включват намаляване на запечатването на почвата, интегриране на „зелени“ покриви и фасади, внимателен подбор на строителни материали. Констатациите от нашите dm магазини в Шондорф, Айдлинген и Нойрид са включени в тези мерки. Чрез тях искаме да допринесем за опазването на видовете и да насърчим устойчивото развитие при изграждането на нашите магазини. Изводите от тази дейност ще бъдат използвани от подгрупата dm Австрия.

Създаване на ново пространство за живот

През 2023 г. инвестирахме повече от три милиона евро в мерки за ренатурализация: в допълнение към нашите продукти Pro Climate, продавани в групата dm, също така преобразуваме нашите въздействия върху околната среда (изменение на климата, еутрофикация, подкиселяване, фотохимичен смог и разрушаване на озона) за Обхват 1 и Обхват 2 на dm Германия в екологични разходи и ги инвестираме в проектите за ренатурализация; в бъдеще се проучва възможността за разширяване на този подход към dm България. Заедно с партньора ни „GREENZERO“ създаваме разнообразни местообитания – например на територии, които са загубили екологичното си равновесие поради промишлено ползване. По този начин се създава нова екологична стойност, тъй като се насърчава биоразнообразието и се укрепва устойчивостта на околната среда. Екологичната стойност се изчислява по иновационния метод на Техническия университет Брауншвайг (Innovationsgesellschaft Technische Universität Braunschweig mbH, методът iTUBS), който се основава на усилията, необходими за ренатурализиране на увредените екосистеми.

През 2023 г. инвестирахме над три милиона евро в проекти за ренатурализация.

1,4 хектара

ренатурализирани в близост до нашите разпределителни центрове, така че да са благоприятни за насекомите.

Избрани инициативи и проекти

Ангажиментът на нашите марки dm

alverde си сътрудничи с организацията „Mellifera“ от 2004 г. насам: dm марката подкрепя учителите по пчеларство от Mellifera в работата им като посредници на знания за проблемите на пчелите и в насърчаването на естественото и устойчиво пчеларство.

Заедно с мрежата „Цъфтяща природа“ alverde се ангажира с опазването на насекомите. В Германия се създават площи с цъфтящи разстения, които са благоприятни за пчелите. От началото на сътрудничеството досега са създадени над 30 хектара благоприятни за насекомите площи.

dmBio си сътрудничи с асоциацията „Naturland“, за да повиши осведомеността и знанията за значението на биологичното земеделие. Понастоящем работим заедно за издаването на детската книга „От биофермата до чинията“, която обяснява как работи една биологична ферма. Книгата ще е достъпна в магазините в Германия от 2025 година.

Насекомите правят природата ни по-устойчива, опрашват растенията, поддържат живота на птиците и рибите. Но у дома те обикновено само пречат. Ето защо от 2017 г. продуктите на Profissimo като монитори за молци и плодови мушици, които улавят и унищожават насекоми в дома, носят етикета „Insect Respect“. Чрез инициативата „Insect Respect“ биомасата, която се губи поради количеството на съответните продукти, се преобразува в компенсационни разходи и се използва за създаване на компенсационни площи. По този начин се създават нови, оптимални условия за живот на насекомите. От 2025 г. инициативата ще бъде разширена и ще обхване всички продукти Profissimo, свързани с насекоми.

Пчелите са незаменими за опрашването и съхраняването на биологичното разнообразие.

Подкрепа за градината на националния парк

dm Австрия е партньор на инициативата GLOBAL 2000 National Park Garden от 2022 г. насам. Под мотото „Създай свой собствен национален парк“ dm Австрия и организацията за опазване на околната среда призовават хората да превърнат възможно най-много открити пространства – от балкона до собствената си градина и зелената ивица на пътя – в цъфтящи убежища за биоразнообразието. За да може балконът, терасата или градината да се превърнат в национален парк, трябва да бъдат изпълнени четири критерия: 1) без пестициди, 2) без изкуствени торове, 3) без торфена почва в саксии, 4) местни растения и билки. Целта е градината да стане толкова голяма, колкото е най-малкият национален парк в Австрия до момента – „Тайатал“, а именно 13 600 000 кв. метра.

На улица „Плюдеман“ в Грац нашите колеги създават своята градина за националния парк.

Акция за залесяване „Новата гора на София“

В България dm подкрепя инициативата „Новата гора на София“ на Столичната община и беше основен партньор в кампанията за откриване на залесителния сезон през есента на 2022 година. Целта на инициативата е да се възстановят загубените в района на Негован крайречни гори. Като част от партньорството dm България дари 5000 дъбови дръвчета и сума от 5000 лева. Кампанията в Негован е втората инициатива на Столична община за залесяване на крайградски територии и създаване на „зелен“ пояс. Инициативата стартира през 2017 г. и в рамките на шест залесителни периода бяха засадени над 100 000 дръвчета съвместно с доброволци.

dm България е част от програмата „Осинови кошер“

dm България е част от програмата в подкрепа на българските пчелари „Осинови кошер“ на платформата „Истински мед“. Програмата дава възможност на компании да осиновят пчелно семейство, като плащат месечна сума за подкрепа на дейностите на българските пчелари. dm се присъедини към инициативата през 2023 г. и осинови три кошера. Като дарител всяка година компанията получава определено количество мед от осиновените кошери с гарантирано качество и произход. Той се разпределя на колегите в магазините, в административния офис и в разпределителния център.

dm България осинови три пчелни кошера през 2023 година.

Разумно използване на водните ресурси

Водата е жизненоважна за всички живи същества. Без чиста и достатъчно вода хората, животните и растенията не могат да оцелеят. Според Световния доклад за водата на ООН за 2020 г. потреблението на вода в световен мащаб днес е шест пъти по-високо, отколкото преди 100 години и продължава да се увеличава с около един процент всяка година. През последните 20 години Германия е загубила вода, равна на обема на Боденското езеро, което я прави един от регионите с най-голяма загуба на прясна вода в света.

От отношение към действия

Нашите въздействия, рискове и възможности

Високото потребление на вода по време на употребата на продуктите във веригите за създаване на стойност може да доведе до замърсяване на околната среда, понижаване на нивото на подпочвените води, включително до недостиг на вода и повишено потребление на енергия за пречистване на водата. В нашата собствена сфера на дейност, например, се нуждаем от вода за санитарните помещения и нашите кухни. Потреблението на вода тук е минимално в сравнение с нашите вериги за създаване на стойност и следователно свързаното с това въздействие не е значително.

В момента разполагаме с малко значими данни за другите звена във веригите за създаване на стойност, за да можем да оценим водното потребление, необходимо за добива и обработката на суровините в производствения процес или в рецептите на нашите марки продукти.

Прането е една от дейностите, които изискват най-много вода.

Нашият подход: стратегия, цели и мерки

За да разберем кои продукти имат най-високо водно потребление в своята фаза на употреба, разгледахме целия ни асортимент. Това ни позволи в първия етап да идентифицираме продуктите, които консумират вода по време на използването им. От този анализ се получиха 20 групи, които включват продукти, които не могат да се използват без добавяне на вода. Продуктовите групи с най-висока консумация на вода са: грижа за косата/душ/интимна грижа (приблизително 157 млн. м^3), перилни препарати (приблизително 88 млн. м^3) и добавки за вана (приблизително 56 млн. м^3). Във всички обхванати продуктови групи потреблението на вода възлиза на около 392 млн. м^3. За целите на оценката използвахме публично достъпни данни, включително тези на потребителските асоциации. Потреблението на вода се отнася за продуктите, продавани в магазините dm в Германия през 2023 г., и в бъдеще ще бъде проверено и за dm България.

Намаляване на потреблението на вода в следващите звена по веригите за създаване на стойност: Имаме пряко влияние върху по-нататъшното развитие на продуктовите характеристики на нашите марки dm; темата за водата е част от нашата стратегия за устойчивост (вж. подглавата „Отговорно формиране на асортимента“). Целта е да се намали потреблението на вода във фазата на употреба на продукти с марката dm, за да се сведе до минимум отрицателното въздействие върху околната среда в следващите звена по веригите за създаване на стойност.

Намаляване на потреблението на вода в следващите звена по веригите за създаване на стойност

Цел	Мерки
Искаме да намалим потреблението на вода във фазата на използване на продуктите, които продаваме.	Съвети върху продуктите с марката dm. Дискусии с нашите производствени и индустриални партньори.

Повишаване на осведомеността за отговорно потребление на вода

Информираме клиентите си за осъзнатото ползване на водата със съвети за възможностите за пестене на вода в нашите продукти с марката dm.

Предшестващите звена по веригите за създаване на стойност също ни вълнуват

Анализираме потреблението на вода в предшестващите звена по веригите за създаване на стойност за нашите продукти Pro Climate като част от оценката на жизнения цикъл на продукта. Ако сравним нашия концентрат за течност за миене на съдове Denkmit nature с нашия концентрат за миене на съдове Denkmit nature Ultra Lavender, се оказва, че при препоръчителното количество за приложение, концентратът за миене на съдове Denkmit nature изисква с около 35% по-малко вода. Този анализ се отнася до разглежданите фази на жизнения цикъл – добив на суровини, опаковане, логистика, производство и край на жизнения цикъл. Нашите производствени партньори могат да използват получените знания, за да извършват разработки на продукти и в стандартното си портфолио. Ние също така използваме подобни анализи, за да направим асортимента от dm марките все по-устойчив.

Освен това редовно питаме нашите производствени партньори за вече въведените и планираните мерки за намаляване на потреблението на вода. Почти 80% от нашите партньори в производството на продукти за пране/почистване/детергенти вече са приложили мерки в тази област. При продуктовите групи за коса и грижа за тялото този процент е над 60. Предприетите тук мерки включват инсталиране на система за осмоза, въвеждане на система за мониторинг и промени в състава. В средносрочен и дългосрочен план бихме искали да започнем диалог с нашите партньори от индустрията, за да се фокусираме повече върху темата за водата.

Съвет за спестяване на вода при къпане: когато отвориш капачката, изключи водата заради околната среда.

Екологични съвети върху нашите опаковки: за спестяване на вода, енергия, CO_2 и пари.

Съвет за спестяване на вода на нашите опаковки чай dmBio: загрявайте само толкова вода, колкото е необходимо.

Свеждане до минимум на въздействието върху околната среда

Опазването на околната среда е ключов въпрос за устойчивото развитие, тъй като то защитава здравето на хората и екосистемите. Замърсяването на околната среда може да причини заболявания, да намали биоразнообразието и да увреди природните ресурси, от които зависим.

От отношение към действия

Нашите въздействия, рискове и възможности

Микропластмасата играе ключова роля за замърсяването на водата и почвата. При изпускането на микропластмаса в околната среда се отделят замърсители, които вредят на хората и природата. Това може да се случи при неправилно изхвърляне на опаковките на продуктите във веригите за създаване на стойност – т.нар. изхвърляне на отпадъци (Littering), или от износването на гумите на камионите при транспортиране на продуктите.

Чрез превантивни мерки и насърчаване на кръговата икономика в нашите бизнес процеси допринасяме за опазването и съхраняването на природните ресурси. Това укрепва позицията ни на отговорен пазарен лидер и е от решаващо значение за посрещане на очакванията на нашите екологично отговорни клиенти и за осигуряване на устойчивостта на нашата компания.

Нашият подход: стратегия, цели и мерки

С преразглеждането на анализа на значимите теми през финансовата 2023/24 г. определихме темата за замърсяването на околната среда и по-специално за микропластмасата като ключов въпрос за нас. Ще продължим да прилагаме стратегии по цялата верига на стойността, за да намалим ефективно навлизането на микропластмаса в околната среда. Емисиите на всички бизнес области бяха преразгледани, като първоначалната оценка показа, че износването на гумите на камионите в логистиката е значителен източник.

Стремим се към общата цел да сведем до минимум попадането на микропластмаси в почвата и водата. За тази цел сме определили специфични за всяка тема цели за намаляване.

Намаляване на риска от загуба на пластмасов гранулат при нашите партньори: Нашата цел е да сведем до минимум загубата на пластмасов гранулат по време на процесите на товарене и разтоварване и по-специално по време на рециклирането.

Избягване на изхвърлянето на отпадъци: Стремим се да намалим количеството макропластмаса, което внасяме в околната среда.

Намаляване на микропластмасите и течните синтетични полимери в продуктите: Искаме непрекъснато да развиваме формулите на нашите продукти отвъд законовите изисквания.

Намаляване на количеството микропластмаси, изпускани в околната среда при пране на текстил: Чрез определяне на насоки за избор на материали и дизайн на текстилни изделия сме в състояние да сведем до минимум изпускането на микропластмаси в околната среда.

Намаляване на риска от загуба на пластмасов гранулат при нашите партньори	
Цел	**Мерки**
Нашата цел е да сведем до минимум загубата на гранули по време на товарене и разтоварване и при рециклиране.	Повишаване на осведомеността сред нашите партньори в производството на продукти с марката dm относно риска от загуба на гранули. Прилагане на мерки за почистване и системи за измиване при производителите на пластмаса и при рециклирането, както и при свързаните с тях процеси по товарене и разтоварване. Превантивни мерки за намаляване на попадането на микропластмаси във водните басейни и почвите в резултат на интензивни валежи.

Vermeidung von Littering	
Цел	**Мерки**
Непрекъснато работим за намаляване на изхвърлянето на отпадъци (т.нар. Littering) във всички бизнес процеси, както и сред нашите клиенти.	Разяснителни кампании за насърчаване на отговорното изхвърляне на отпадъци; сътрудничество с партньори за събиране на рециклируеми материали в групата dm. Разработване на концепции за опаковки с цел премахване на компонентите, носещи риск от изхвърляне, или замяната им с разградими материали. Комуникация относно изхвърлянето на опаковките към клиентите.

Нашата цел е да минимизираме отделянето на микропластмаса, причинено от нас.

Намаляване на микропластмасите и течните синтетични полимери в продуктите	
Цел	**Мерки**
Искаме непрекъснато да намаляваме дела на микропластмасите и течните синтетични полимери в продуктите с марката dm.	Насърчаване на разработването на нови формули за марките dm без микропластмаса и за продуктите на марката dm, контролирани от dm Германия. Непрекъснато оптимизиране на съществуващите продукти заедно с производствените партньори на продуктите с марката dm, контролирани от dm Германия. Непрекъснат преглед на списъка на използваните съставки и замяна на микропластмасите с екологични алтернативи.

Намаляване на количеството микропластмаси, отделяни в околната среда при пране на текстил	
Цел	**Мерки**
Нашата цел е да намалим количеството микропластмаса в текстилното пране.	Насоки за избор на материали и дизайн на текстил за минимизиране на изхвърлянето на продукти с марката dm.

Избягване на риска от загуба на пластмасов гранулат при нашите партньори

При процесите по товарене и разтоварване за обработка на пластмаси се губи пластмасов гранулат. За да бъдат намалени, са необходими инвестиции в мерки за почистване и системи за измиване, както и в обучението на служителите. За реализиране на мерките сме в диалог с нашите партньори – някои от тях вече участват в инициативи като „Нулеви загуби на гранулат“. В момента се създава наша програма за мониторинг в тази област, която възнамеряваме да използваме за определяне на нови стандарти и проверка на спазването им.

Избягване на изхвърлянето на отпадъци

Ако опаковките или техните компоненти попаднат на улиците, площадите или в природата, те допринасят за замърсяването на околната среда – това е известно още като изхвърляне на отпадъци. Активно се стремим да избягваме компонентите на опаковките, които са изложени на риск от изхвърляне на отпадъци (Littering). Пример за това са капачките на слънцезащитните спрейове, които често попадат в околната среда. Поради тази причина променихме дизайна на капачките за нашата марка SUNDANCE: сега всички компоненти са здраво свързани помежду си, което не само намалява риска от изхвърляне на отпадъци, но ни позволява да пестим от пластмаса.

Чрез разяснителни мерки повишаваме осведомеността на нашите служители и клиенти

относно отговорното изхвърляне на рециклируеми материали, като намалява замърсяването. Участието ни във „Forum Rezykat“ за насърчаване на затварянето на циклите и увеличаване на използването на рециклируеми материали в опаковките също има положително въздействие, например чрез рециклиране на рециклируеми материали в Европа (вж. подраздел „Опазване на ресурсите и кръгова икономика“).

В нашата собствена сфера на дейност гарантираме, че нашите рециклируеми материали се събират и изхвърлят правилно. Например фолиото се събира в нашите разпределителни центрове и логистични хъбове, пресова се с помощта на преса за балиране и след това балите се товарят на палети директно през товарната врата в затворени сменяеми ремаркета на камионите. Това ни позволява да намалим количеството пластмаса, което изхвърляме там.

В нашите магазини dm пластмасовото фолио се събира само в склада или от търговската зала. Събраните найлонови торбички се прехвърлят директно от склада в камиона, за да се избегне изхвърлянето на отпадъци (Litte-ring). В dm магазините в по-големите търговски центрове материалите се събират от няколко търговци и се изхвърлят на централно място.

Работим съвместно със сертифицирани фирми за отпадъци и също така залагаме на мерки за повишаване на осведомеността във веригите на стойност, както и при нашите партньори, които събират рециклируемите материали.

Чрез иновативни идеи избягваме отделянето на микропластмаса от нашите продукти.

Намаляваме до минимум микропластмасите и течните синтетични полимери в нашите продукти с марката dm

Вече повече от десет години в dm прилагаме конкретни мерки за избягване или намаляване на употребата на микропластмаси и течни синтетични полимери в нашите продукти с марка dm. Още през 2014 г. премахнахме пластмасовите микрочастици от всички измиващи и изплакващи продукти за грижа за тялото и зъбите. Оттогава работим паралелно по преразглеждане на нашите формули, които съдържат синтетични полимери. По този начин надхвърляме законовите изисквания на ЕС при разработването на формулите.

Внасяне на микропластмаса при пране на текстил

При прането на текстил в околната среда се отделят микропластмасови частици. При разработването на нашите текстилни изделия се уверяваме, наред с други неща, че изхвърлянето на микропластмасови частици по време на процеса на пране е възможно най-ниско. Проучванията показват, че то е най-голямо по време на първото изпиране на текстила. Ето защо използваме например лазер за обработка на вътрешния изрязан ръб на ръкавицата за къпане с форма на животно на babylove и на кърпите за почистване на ebelin.

От 2024 година нашите продукти Sundance разполагат с нова капачка против изхвърляне на отпадъци.

Обработваме режещите ръбове с лазер, което намалява отделянето на микропластмаса при пране.

4

Действия в дух на сплотеност и взаимодействие

Жизнена работна общност

Отговорни вериги за създаване на стойност

Обществен ангажимент

Жизнена работна общност

Работните места в сектора на търговията на дребно са подложени на големи промени, към които ние като общество трябва да се адаптираме заедно. Гъвкавата, адаптивна и все по-ефективна работа изисква организационни структури и здравословна работна среда. Наред с това демографските промени и недостигът на квалифицирана работна ръка също оказват все по-голямо влияние върху работната среда и взаимодействието в нея.

dm
HIER BIN ICH MENSCH
HIER KAUF ICH EIN

От отношение към действия

Нашите въздействия, рискове и възможности

Като компания ние носим отговорност за нашите служители. Нашата цел е да продължим да предлагаме на служителите си среда, в която те могат да се ангажират целенасочено в нашата работна общност и да имат усещане за собствената си ефективност.

Нашата диалогична фирмена култура ни предоставя възможността да учим един от друг и да действаме устойчиво в бъдеще.

Предлагаме на нашите служители сигурна работа с регламентирано работно време и гъвкави работни модели, както и заплащане на адекватен, пазарно ориентиран доход, за да осигурим социална и икономическа сигурност. Това позволява на нашите служители да постигнат добър баланс между професионалния и личния живот. Осигурявайки безопасна работна среда, даваме възможност за здравословна работна обстановка и изпълняваме задължението си за грижа относно правата на човека. Като голяма компания сме наясно с отговорността да защитаваме личната информация и данни на нашите служители и полагаме значителни усилия за тяхната защита.

Нашата фирмена философия формира основата на диалогичната ни фирмена култура: чрез доверие и уважително отношение нашите колеги получават подкрепа да действат целесъобразно и по този начин да бъдат ефективни в работната общност. Чрез активно участие те могат да оформят собствената си работна среда и да вземат решения. Разнообразните и индивидуални възможности за развитие са достъпни за всеки и допринасят за реализацията на потенциала на всички наши колеги и за това техните силни страни да бъдат постоянно насърчавани.

Подобно на много други компании в бранша ние също сме засегнати от недостига на квалифицирана работна ръка, което може да доведе до повишено натоварване за служителите в някои отдели на компанията, например поради отсъствия на служители от екипите по болест.

Работната общност на dm се характеризира с висок дял на жените в нея, което е особено видно в магазините. По-голямата част от магазините dm се управляват от жени. Този равен достъп до управленска отговорност трябва да бъде постигнат и на ниво висш мениджмънт в цялата група dm.

Активното участие и мнението на нашите колеги носят възможности за нови идеи, като в същото време по този начин осигуряваме не само удовлетвореността на служителите, но и иновативната сила на нашата компания. Тя се укрепва и от високото ниво на многообразие на служителите, което помага на dm да увеличи своята конкурентоспособност. Силното чувство за принадлежност се създава от нашата култура на уважение и сътрудничество,

Всеки диалог

води до нови прозрения и укрепва сътрудничеството.

Жизнената фирмена култура и добрата работна атмосфера насърчават мотивацията на нашите служители.

което има положителен ефект върху работната атмосфера. Това чувство за принадлежност може да бъде засилено чрез добри модели на работа, достойно заплащане и добър баланс между професионалния и личния живот, което увеличава привлекателността на dm като работодател и екип. Виждаме възможност за ангажиране на нашите служители с компанията и за привличането на нови служители особено благодарение на широкия спектър от предлагани възможности за развитие. Всички тези аспекти оказват положително въздействие върху иновативната сила и бизнес дейностите на dm, като в същото време създават удовлетворение и лоялност сред нашите служители.

Противодействаме на потенциалния риск от увеличаване на отсъствията на служителите поради краткосрочно увеличаване на работното натоварване с множество мерки, като гъвкаво работно време и т.нар. система за подпомагане между магазините dm. Широкообхватните ни дейности по набиране на служители и стажанти имат за цел да ни помогнат да запълним свободните работни места дори в периоди на недостиг на квалифицирана работна ръка. Ако свободните работни места останат незаети, компанията рискува да претърпи дългосрочни икономически щети. Като компания управляваме голямо количество лични данни на нашите колеги. При недостатъчна защита това може да доведе до негативни последици за нашите служители, но и до предписания или увреждане на репутацията на dm. Осъзнаваме това и се отнасяме много сериозно към защитата на личните данни на нашите служители.

Нашият подход: стратегия, цели и мерки

Когато отношението на служителите и ценностите на компанията съвпадат, хората се свързват с работата си – ние в dm сме убедени в това. Всеки отделен служител има директно влияние върху прилагането на нашите принципи във всекидневната си работа и отстояването им като част от нашата диалогична фирмена култура. Добрата фирмена култура и работната атмосфера оказват съществено влияние и върху здравето, а оттам и върху мотивацията на нашите

служители – и в крайна сметка върху успеха на нашата компания. Ние признаваме необходимостта от учене през целия живот и инвестираме в квалификацията на нашите служители, като им предоставяме подходящи възможности за обучение.

Осигуряване на добри условия на труд: основна предпоставка за всички действия са здравословните условия на труд и живот, които допринасят за поддържането на здравето на нашите служители. Това се допълва от високо ниво на сигурност на работното място, адекватно възнаграждение и отчитане на интересите на служителите.

Взаимно зачитане – признаване на индивидуалността и укрепване на равните възможности: ние разглеждаме различните знания, личния опит, индивидуалните перспективи, приобщаването и многообразието в нашето общество като източник на творчество и нови начини на мислене – и следователно като обогатяване на нашето сътрудничество.

Ние подкрепяме неформалното обучение на работното място.

Укрепване на културата за обучение и развитие: Самоопределеното, доброволното, неформалното и устойчивото учене играят централна роля в нашето разбиране за обучение. Защото именно инициативата за собственото обучение, както и устойчивите действия и мислене, трябва да идват от всеки човек. В нашата компания всеки служител може сам да реши дали, защо и какво иска да научи, както и кога. Всекидневната работа, с нейните постоянно променящи се предизвикателства и задачи, постоянно дава стимули за учене. Ние не само искаме това неформално учене да се случва, но и съзнателно и целенасочено го насърчаваме. Така че то да служи за усъвършенстването и развитието на всички служители и по този начин да се превърне в основа за развитието на компанията. Освен това осигуряваме достъп до възможности за учене, за да изпълним законовите изисквания.

Осигуряване на добри условия на труд	
Цели	**Мерки**
Ние се стремим да гарантираме на нашите . служители адекватно заплащане.	Стратегическо и продължаващо по-нататъшно развитие на структурата на доходите в dm.
	Непрекъснато разширяване на допълнителните придобивки в рамките на групата dm.
	Редовен преглед на минималната работна заплата в dm, която е над законоустановените минимални работни заплати.

Осигуряване на добри условия на труд	
Цели	**Мерки**
Ние се стремим да дадем възможност на нашите служители да постигнат възможно най-добър баланс между професионалния и личния живот.	Разработване на гъвкави модели на работа, работна среда и гъвкави форми на сътрудничество в групата dm. Гъвкава организация на работното време чрез участие на служителите в изготвянето на графиците в магазините dm. Гъвкава организация на работното място и работното време в административните офиси на групата dm. Атрактивни предложения за допълнителни придобивки и фирмени предимства.
Отдаваме голямо значение на участието на нашите служители и се ангажираме да укрепваме и непрекъснато да развиваме социалния диалог с тях.	Въвеждане на системни проучвания сред служителите в групата dm като основа за оптимизиране на условията на труд. Участие на служителите в организационното развитие.
Нашата цел е да изградим култура, насърчаваща здравето, чрез устойчиво повишаване на осведомеността и опита в областта на здравето и безопасността на труда в нашата работна общност.	Организиране на международни седмици на здравето през 2023 г. за всички служители. По-нататъшно разработване на вътрешни и външни програми, които включват здравни услуги, съобразени с нуждите и целевите групи. Събиране и наблюдение на данни с цел идентифициране на развитието и нуждите за подобряване на здравето и удовлетвореността на нашите служители.
Нашата цел е да осигурим надлежно спазване на правата на човека спрямо нашите служители, за да гарантираме достойно бъдеще.	Повишаване на осведомеността за разнообразието от предлагани здравни услуги чрез целенасочени комуникационни мерки. Обучение на служителите относно спазването на правата на човека и свързаните с това задължения за надлежна проверка.

Осигуряване на добри условия на труд

Цели	Мерки
Ние се стремим да гарантираме високо ниво на защита на данните на нашите служители и постоянно работим за нейното подобряване.	Непрекъснато доразвиване на темите за интегритет и защита на данните. Създаване и непрекъснато развитие на система за управление на защитата на данните. По-нататъшно развитие на концепцията за обучение на служителите. Прилагане на правата на субекта на данни като отговорно лице в подгрупата dm Германия.

Взаимно зачитане – признаване на индивидуалността и укрепване на равните възможности

Цели	Мерки
Ние се стремим непрекъснато да утвърждаваме нашата диалогична фирмена култура и да създаваме ценни инициативи и комуникационни импулси в процеса на развитие на служителите.	Актуализиране на съществуващите възможности за обучение в платформата dm-Lernwelt, за да се даде възможност на всички служители в групата dm да разберат принципите на диалогичната фирмена култура и да я развиват. Създаване на книгата „Тук съм човек – импулси за фирмената философия“ за всички служители в dm Германия с ценна информация за фирмената култура. Съживяване на нашата фирмена култура и нейното утвърждаване чрез комуникационна подкрепа по време на целия път на служителите в групата dm. Съживяване на културата чрез разработване на творческа концепция с индивидуални мерки като част от инициативата „Живей работата си различно“ за привличане и свързване на служителите в подгрупата dm Австрия.

Взаимно зачитане – признаване на индивидуалността и укрепване на равните възможности

Цели	Мерки
Ние се стремим да насърчаваме сътрудничеството на основата на уважение, в което приобщаването и многообразието се възприемат като обогатяване, и по този начин да направим многообразието и равните възможности осезаеми в нашата организация.	Разработване на концепция за основни нагласи към многообразието в подгрупата dm Австрия. Актуализиране на съществуващите възможности за обучение в платформата dm-Lernwelt. Въвеждане на довренеи лица („омбудсмани“) за дискриминация и други случаи на неравноправно третиране в dm Словакия, dm Словения, dm Чехия. Индивидуален езиков курс за нуждите и изискванията на разпределителния център Вагхойзел в dm-Германия и насърчаване на езиковите умения в подгрупата dm Австрия. Усъвършенстване и непрекъснато оптимизиране на концепцията за въвеждане на нови служители (onboarding).

Укрепване на културата за обучение и развитие

Цели	Мерки
Нашата цел е да сме постоянно нащрек за нуждите на хората и да създадем диференцирано обучение което да отговаря на нашата култура.	Непрекъснато разработване на концепции за обучение, насочени към компетенциите на бъдещето. По-нататъшно развитие на устойчива на бъдещето стратегия за обучение в dm Германия.

Укрепване на културата за обучение и развитие	
Цели	**Мерки**
Ние се стремим към по-нататъшно разработване на възможности за обучение и насърчаване на „непрекъснатото учене“ и използването на изкуствен интелект сред нашите служители, за да възпитаме у тях нагласа за учене.	Предоставяне на редовни стимули и идеи по темата за устойчивостта в групата dm. Формати и инструменти за насърчаване на обучението. Специфично за целевата група разширяване на предложенията за обучение. Повишаване на удобството за ползване на платформата dm-Lernwelt. Разширяване и по-нататъшно развитие на дигиталните програми за обучение. Разнообразни стимули под мотото #never-promptalone чрез представяне на съвети и трикове, провеждане на семинари и експертни беседи, хакатони и „AI Lunch&Learn“ в групата dm. Анализиране и проучване на потенциала на ИИ и автоматизацията в dm-Lernwelt. Концепция за подкрепа на промяната и овластяване за използването на ИИ. Разработване на стратегическа програма за обучение в подгрупата на dm Австрия.
Ние се стремим да инвестираме в развитието на нашите силни страни и таланти, за да можем да продължим да реагираме оптимално на новите обстоятелства и да дадем възможност на нашите мениджъри да подкрепят своите служители в духа на нашата фирмена култура.	Въвеждане на концепция за развитие на таланти, която да осигури рамка за по-нататъшни възможности за развитие и да гарантира равни възможности в групата dm. Разширяване на „управлението на отношенията с талантите“ (устойчива връзка с талантите) в подгрупата dm Австрия. Осигуряване на стратегическа програма за обучение и развитие на мениджърите в подгрупата dm Австрия.

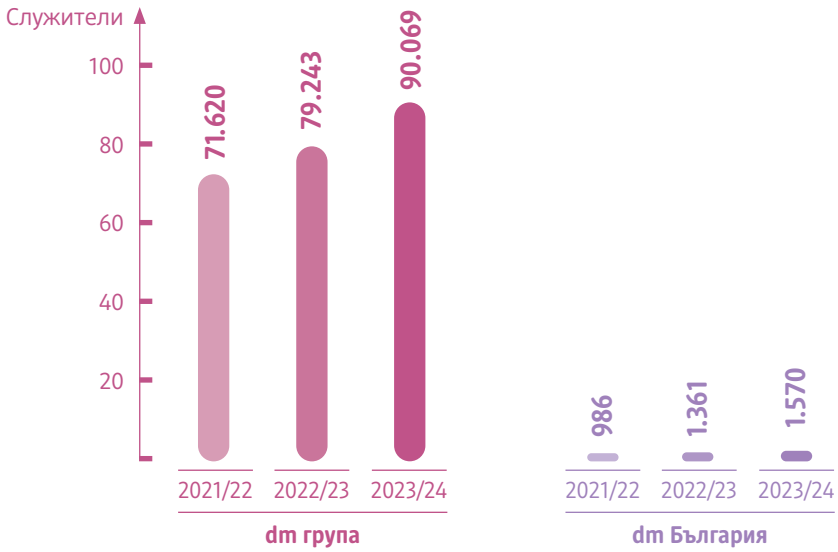
Комплексно планиране на работните места

I90 069 души работят в цялата компания, като 1570 от тях са в dm България (към 30.09.2024 г.). Зад това число стоят хора, личности с техните нужди и изисквания, които искаме да вземем предвид. Доверието сътрудничество и стабилните отношения с нашите колеги са важни за нас. Поради тази причина при нас основни се предлагат постоянни договори: повече от 78% от нашите служители в групата dm работят за нас на безсрочни договори, около 6% имат договор за обучение, а 15% са наети на срочни договори.

Адекватното заплащане е основата за работни взаимоотношения, основаващи се на доверие и благодарност. Нашите възнаграждения са съобразени с всички нормативни изисквания и редовно се проверяват за съответствие с националните, законовите, свързаните с колективни трудови договори и вътрешните разпоредби, като при необходимост се коригират. При сравними задачи възнаграждението е независимо от пол, възраст, произход, сексуална ориентация, идеология, религия или увреждане. Това се отнася за всички нива и длъжности и е посочено в нашите правила за заплатите. Ако в дадена страна има законово определена минимална заплата, тя естествено представлява долната граница на възнаграждението. В някои случаи сме определили специфична за страната „минимална работна заплата за dm“, която е по-висока от законоустановената минимална работна заплата и тогава представлява долната граница на възнаграждението в тази страна.

Служителите се нуждаят от добър баланс между професионалния и личния живот, който ние включително в dm България осигуряваме, като предлагаме работа на непълно работно време и гъвкаво работно време. Ако работата позволява, има и възможност за работа от разстояние. За важни семейни събития като раждането на дете или първия учебен ден служителите ни в няколко държави, в които оперира групата

Диаграма 4.1: Развитие на нашите служители



През финансовата 2023/24 г. сме назначили над 10 000 души в групата dm.

dm, имат възможност да ползват допълнителен отпуск – например в dm Хърватия, dm Румъния, dm Словения, dm Сърбия и dm Северна Македония.

За да направим работните места подходящи за бъдещето и да засилим социалния диалог, е необходимо да познаваме и да вземаме предвид потребностите, очакванията и изискванията на нашите служители. За тази цел провеждаме редовни и систематични проучвания сред служителите в dm Германия и подгрупата dm Австрия в съответните държави. Правните изисквания на държавите-членки на ЕС са основата за гарантиране на правото на свободно сдружаване и колективно договаряне. Колективни преговори се провеждат в страните, в които оперира групата dm, като Германия, Австрия, Словения, Румъния и Италия. Чрез представителите на служителите в работническите и надзорните съвети те участват във вземането на важни решения в компанията и могат пряко да представляват своите интереси – в dm Германия и dm Австрия представителите се избират от служителите на всеки четири години.

Носим отговорност за здравето на нашите служители.

Активно укрепваме здравната компетентност на нашите служители и културата на безопасност на труда в работната общност, като подчертаваме важността на темата. Затова се фокусираме върху ориентирано към бъдещето и устойчиво управление на здравето, което укрепва работоспособността на нашите служители, както и работодателската марка. Разглеждаме темата за здравето цялостно и във всички измерения – физическо, социално и ментално. Служителите ни имат достъп до индивидуални консултации, коучинг, работни срещи и семинари, които им помагат да пазят здравето си.

През 2023 г. за първи път организирахме триседмична Международна седмица на здравето за нашите служители, с идеи и мерки, свързани с темата. Интересни лекции и упражнения допълниха програмата. Високото ниво на одобрение ни насърчи да предложим друг формат през есента на 2024 г., този път с акцент върху психичното здраве в по-малък формат в dm Германия.

В подгрупата dm Австрия определяме ключови теми за всяка финансова година като част от международната здравна стратегия, които се разглеждат в контекста на международните здравни инициативи. За тази цел се разработват мерки, насочени към здравето, които са съобразени със специфичните нужди на нашите служители в различните държави.

Използваме годишния здравен доклад, публикуван в dm Германия, за да получим представа за здравето на нашите служители. Той показва развитието и нуждите за подобряване на здравето и удовлетвореността на нашите служители. Събират се данни за структурата и текучеството на служителите и за неработоспособността. Това ни дава възможност да разпознаем положителните и отрицателните развития на ранен етап и да предприемем подходящи стъпки или контрамерки. Използваме резултатите за насърчаване

Проучванията

ни помагат по-добре да разбираме и оценяваме нуждите и очакванията на нашите служители.

на диалога, повишаване на осведомеността и превантивни действия, както и за изготвяне на подходящи предложения. В държавите, в които оперира подгрупата dm Австрия, се позоваваме на данни, събрани и анализирани вътрешно по подобен начин, когато въвеждаме мерки за подкрепа на здравето на нашите служители и за превенция. В България компанията подкрепя колегите в усилията им да бъдат в добра физическа форма и психическа кондиция чрез различни мерки и инициативи. Предлагат се допълнително здравно осигуряване, ползване на карта за спорт при преференциални условия, организират се доставки на пресни плодове за служители. По вътрешните канали за комуникация се споделят здравословни рецепти и упражнения, организират се лекции и срещи с водещи консултанти и здравни специалисти, включително в областта на менталното здраве, в които всички колеги могат да участват, съчетавайки ги с работните си ангажименти.

Спазването на правата на човека е задължително за нас – това естествено се отнася и за собствената ни сфера на дейност. С ангажимента си към многообразието ние се застъпваме за толерантност и отношение на равнопоставеност. Искаме да реализираме това чрез нашата фирмена философия: „Искаме да дадем на всички служители възможността да се учат един от друг, да общуват като човешки същества [и] да признават индивидуалността на другия“. За да повишат вътрешната осъзнатост относно дължимата грижа за правата на човека в собствената си сфера на дейност, колегите имат достъп до подходящи онлайн и присъствени курсове за обучение, които са задължителни в зависимост от сферата им на работа.

Седмиците на здравето през 2023 г. предложиха разнообразна програма за нашите служители в dm групата.

Отдаваме голямо значение на защитата на данните на нашите служители и затова прилагаме няколко стратегически мерки. На първо място, насърчаваме непрекъснатото развитие на темите, свързани с интегритета и защитата на данни, за да гарантираме, че винаги спазваме актуалните законови изисквания. Освен това сме създали система за управление на защитата на данни, която непрекъснато се развива, за да оптимизираме спазването на правилата за защита на данни. Друг важен аспект е по-нататъшното развитие на концепцията за обучение на служителите, която има за цел да повиши осведомеността относно защитата и сигурността на данните. Също така, ние последователно прилагаме правата на субектите на данни като администратори на данни в рамките на групата dm, за да защитим правата на нашите служители и да гарантираме, че техните данни се обработват прозрачно.

Реализиране на фирмената диалогична култура и насърчаване на равните възможности

В нашата организация работят хора от над 140 страни. Всеки отделен човек има своята роля във формирането на култура на сътрудничество и уважение, в която многообразието и приобщаването се възприемат като обогатяващи. Нашата фирмена философия осигурява основата за това. За да имаме жива диалогична култура, подкрепяме служителите си с разнообразни и специфични за целевите групи обучения за повишаване на квалификацията. Служителите от магазините dm могат да изследват темата за липса на култура, диалогичната фирмена култура, например, в рамките на тематични работни дни, а бъдещите мениджъри имат на разположение предложения, които им дават възможност да се запознаят с диалогичното лидерство, за да го направят осезаемо за своите служители. В подгрупата dm Австрия мрежа от посланици помага за култивиране, установяване и реализиране на сътрудничество в духа на диалогичната фирмена култура

Научете
повече за идеята и същността на нашата диалогична фирмена култура.

отвъд националните граници. Нашият екип е също толкова пъстър, колкото и асортимента ни. В dm България работят колеги от общо пет националности – това ни дава шанс да се учим един от друг всеки ден, да растем заедно и да ставаме все по-добри.

В групата dm работят повече от 2200 души с увреждания. Стремим се да вземаме предвид техните индивидуални потребности при създаването на безопасна и приобщаваща работна среда.

През финансовата 2024/25 г. в рамките на подгрупата dm Австрия искаме да се концентрираме върху интегрирането на темите за многообразието, равенството и приобщаването в работните процеси и културата на международната ни работна общност. Нашата цел е да създадем обща рамка и ценности,

Възприемаме разнообразието и приобщаването като обогатяващи нашия екип.

които да насърчават приобщаваща работна среда, в която всеки служител е ценен. Планираме да разработим международно валидна основна концепция, която ще служи като ръководство за бъдещи дейности и ще гарантира стратегическа хармония при работата по темата. Същевременно определяме областите, в които могат да се приложат подобрения и мерки в подкрепа на многообразието, като запазваме баланс между хармонизацията и индивидуалността в отделните държави.

В случай на индикации за неетично или измамно поведение, нелоялни практики или проблеми с разрешаването на конфликти, нашите служители могат да се обърнат към отговорните за разглеждане на въпроси, свързани със спазването на професионалните и етични стандарти. В dm Словакия, dm Словения и dm Чехия служителите имат възможност да се свържат директно и със своя омбудсман. Ако служителите желаят, могат да използват системата за докладване в рамките на групата dm (За

повече информация относно системата за докладване вижте подглавата „Отговорни вериги за създаване на стойност“).

Искаме да помогнем на всички служители да разберат обхвата и структурата на нашата компания и да дадем на всеки сигурност, че ще бъде възприеман обективно в своята роля. Също така за нас е особено важно новите колеги да се интегрират добре в нашата работна общност, защото в началото на пътя на всеки служител има много ключови моменти. За да постигнем това непрекъснато оптимизираме концепциите си за въвеждане на новите служители (onboarding). Освен това новите служители получават индивидуална подкрепа от своите мениджъри и колеги, които действат като наставници, ментори или треньори и улесняват безпроблемната им адаптация. Процесът се подпомага от планове за въвеждане в работата, както и от програми за обучения. Като част от приобщаването към фирмената култура всички нови служители получават първоначална представа за ценностите и целите на нашата компания и се запознават с диалогичната ни фирмена култура. В dm България през първите шест месеца от професионалния път на новия колега той преминава активен процес на обучение: запознава се както с цялостната дейност и структура на фирмата, така и с принципите на диалогичната култура и с детайлите на своите основни задачи.

Чрез насърчаване на уменията за провеждане на интервюта, задаване на въпроси и оценяване в процеса на подбор на нови служители искаме да създадем прозрачна и устойчива култура при набирането на персонал в подгрупата dm Австрия. Мениджърите на служителите трябва да бъдат овластени при вземането на решения. Нашата цел е да сведем до минимум несъзнателните предразсъдъци и да насърчим равното третиране на всички кандидати, което допринася за по-приобщаваща работна среда и дългосрочна заетост.

Искаме всеки да може да допринася, да се развива и да напредва заедно с общността.

10 000

нови служители

приветствахме в нашата работна общност през финансовата 2023/24 година.

Предлагане на разнообразни възможности за обучение и развитие

Самостоятелното обучение винаги е имало голямо значение за нас, за да поддържаме гъвкавостта на работната общност с квалифицирани специалисти. В момента обучаваме около 5560 стажанти. Програмата за дуално обучение е установена в Германия, Австрия, Словакия, Италия, Унгария, Словения, Чехия и България.

Активно справяне със задачите и придобиване на опит в процеса – това е идеята зад нашата концепция за обучение. В dm Германия, dm Австрия и dm Словакия разработихме специални концепции за обучение, за да съпътстваме нашите стажанти по пътя им към бъдещето по смислен начин и да възпитаме у тях нагласа, която благоприятства обучителния процес. Обучението трябва да отговаря на изискванията на идващите поколения и в същото време да отчита бъдещите нужди на нашата компания.

В подгрупата dm Австрия се предлага дуално обучение в професионалните области дрогерия, фризьорство, козметика и маникюр, както и офис мениджмънт, логистика и спедиция, IT, финанси и счетоводство, продажби и търговия на дребно. В допълнение към програмата за дуално обучение учениците и студентите могат да преминават стаж в компаниите от групата.

В България dm е част от австрийския пилотен проект „Дуално обучение в България“ съвместно с професионални училища в няколко български града. Дуалното обучение се стреми да обогати практическото обучение на учениците.

Нашето сътрудничество се основава на конструктивно взаимодействие, откритост към нови идеи и стремеж към реализация.

По време на петгодишното си обучение те имат възможността да се запознаят с фирмите-партньори по проекта, да ги посещават, да осъществяват различни инициативи с тях, да решават различни казуси и в 11-и и 12-и клас, да работят във фирмите по график спрямо учебния план. В рамките на практиката им учениците получават възможността да бъдат обучавани от квалифициран наставник по избраната от тях специалност, да натрупат опит, да придобият трудови навици и да се научат да носят отговорност. В допълнение те получават и възнаграждение по трудов договор за положения труд.

За да насърчим процеса на учене на всички наши служители, те получават индивидуална подкрепа от своите колеги по време на учебния си път. Служителите и техните ръководители определят личните си учебни цели и свързаните с тях нужди от обучение като част от годишния разговор за развитие. Ръководителите на служителите ги подкрепят в професионалното и личностното им развитие и в успешното прилагане на наученото на практика.

Постоянно развиваме нашите предложения за обучения.

В цялата група dm ние се стремим да създадем у нашите колеги дълбоко разбиране за екологичните и социалните предизвикателства и за тяхното значение за устойчивите действия. Съответните знания ни помагат да разработим устойчив асортимент в дългосрочен план и да установим перспективен диалог с нашите партньори и клиенти. Поради тази причина непрекъснато развиваме нашите обучения по тези теми. През финансовата 2023/24 г. организирахме международни семинари за асортимента и обменихме идеи с всички екипи, отговорни за него,

по ключови теми, свързани с устойчивото му планиране. В подгрупата dm Австрия предлагаме на колегите си възможност да допълнят професионалния си опит с квалификационни програми за обучение в областта на търговията на дребно. Учебният процес е свързан с асортимента на dm и с висококачественото консултиране на клиентите.

В платформата за обучения dm-Lernwelt са налични многобройни цифрови модули на различни езици. Платформата е достъпна във всички държави, в

Предоставяме на нашите служители свобода, възможности за учене и развитие, за да могат да действат самостоятелно и отговорно.

5560

стажанти

се обучават при нас.

Довереното сътрудничество е важно за нас.

които оперира групата dm, като в нея се комбинират дигитални и присъствени обучения в различни формати. В дигиталните обучения колегите участват през своя смартфон или компютър, независимо от времето и мястото. Те могат също така да резервират присъствени семинари директно в dm-Lernwelt. Разнообразието от инициативи цели знанията, придобити по време на обученията, впоследствие да бъдат обменени с останалите колеги и да бъдат приложени в работна среда.

В зависимост от конкретната страна нашите колеги в момента имат достъп до 300 обучения, които систематично разширяваме и редовно актуализираме. При това се ръководим от изискванията за обучение и променящите се потребности на самите служители. През последните две финансови години, 2022/23 г. и 2023/24 г., реализирахме нови обучения по теми като „dmGPT – нашият дигитален помощник“, „Логистика на електронната търговия: онлайн търговията на фокус“, „Експресни доставки“, „Посланик на Demeter“ и „Закон за задължението за добросъвестност по веригата на доставки“. Съществуващите програми за дигитално обучение като „Всичко за изхвърлянето на отпадъци и рециклируемите материали“ и „Защита на данните и IT сигурност“ бяха обстойно актуализирани. В допълнение към националните възможности за обучения от финансовата 2023/24 г. екипът „Култура и развитие“ към отдел „Човешки ресурси“ предлага международни курсове за обучение по управление на проекти, управление на промяната, управление на бизнес процеси, организационно развитие

и междукултурно сътрудничество. Целта е да се създаде синергия в подгрупата dm Австрия и да се позиционираме за бъдещето.

Виждаме развитието на талантите като важен принос за бъдещата жизнеспособност на нашата работна общност. Като инвестираме в развитието на нашите силни страни и таланти, можем да продължим да се адаптираме към новите обстоятелства, да използваме разумно иновациите и да противодействаме на недостига на квалифицирана работна ръка. За нас талантът представлява съчетание на страстта, опитът и нуждите на работната ни общност. Ето защо всички служители имат възможност да допринасят за нея, като допринасят със своите силни страни и се развиват лично и професионално.

Предлагаме разнообразни възможности за поемане на отговорност на ниво управление и на ниво служители. Нашите ръководители могат да избират от постоянно обогатяван каталог от обучения, за да развият своите лидерски умения и своя потенциал и да придобият опит във взаимоотношенията си с другите. В момента подгрупата dm Австрия работи по концепция за стратегическо обучение и развитие на мениджъри, която е насочена към изискванията и (бъдещите) компетенции на мениджърите в дрогерийната търговия, фирмената култура, стратегията за профилиране и поставените цели. dm България предлага всяка година вътрешни обучения за своите служители под формата на онлайн или присъствено събитие. Колегите имат възможност да се развиват личностно и професионално и чрез различни вътрешни и външни лекции и работилници. За екипа са достъпни и редица семинари – от управление на проекти и обучение за дрогеристи, през консултиране на клиенти в магазини, до съвети за избор на подходящ спорт и пълноценен сън.

300

ВЪЗМОЖНОСТИ

за обучения са на разположение на нашите колеги в платформата dm-Lernwelt.

Чрез платформата dm-Lernwelt нашите колеги могат да участват в обучения независимо от времето и мястото.

Преглед на основните показатели

Таблица 4.1: Развитие на броя на служителите

	Групата dm		dm България	
Финансова година	**2022/23**	**2023/24**	**2022/23**	**2023/24**
Брой служители	74 021	84 409	1324	1526
Брой служители в дуално обучение	5222	5660	37	44
Общо*	**79 243**	**90 069**	**1361**	**1570**

*Към 30.09.2024 година. Базата за изчисление в настоящия доклад се отнася за всички трудови правоотношения и следователно за активните и неактивните служители (Обща бележка, която се отнася за всички таблици).

Таблица 4.2: Служители по вид договор и пол

	Групата dm		dm България	
Финансова година	**2022/23**	**2023/24**	**2022/23**	**2023/24**
На безсрочен договор	**63 804**	**70 586**	**1320**	**1490**
жени	56 183	61 938	1180	1322
мъже	7616	8638	140	168
други*	5	10	0	0
На срочен договор	**10 287**	**13 923**	**4**	**36**
жени	8853	11 798	4	34
мъже	1428	2113	0	2
други*	6	12	0	0

*Служители без посочен пол.

	Групата dm		dm България	
Финансова година	**2022/23**	**2023/24**	**2022/23**	**2023/24**
В обучение**	**5152**	**5560**	**37**	**44**
жени	4622	5021	32	36
мъже	525	526	5	8
други*	5	13	0	0

*Служители без посочен пол.
**Служители в процес на обучение, с изключение на стажанти и практикуващи студенти в dm Германия.

Таблица 4.3: Служители по вид заетост и пол

	Групата dm		dm България	
Финансова година	**2022/23**	**2023/24**	**2022/23**	**2023/24**
На безсрочен договор	**24 551**	**26 039**	**1119**	**1308**
жени	18 810	19 922	987	1147
мъже	5741	6117	132	161
други*	0	0	0	0
На срочен договор	**49 540**	**58 470**	**205**	**218**
жени	46 226	53 814	197	209
мъже	3303	4634	8	9
divers*	11	22	0	0
В обучение**	**5152**	**5560**	**37**	**44**
жени	4622	5021	32	36
мъже	525	526	5	8
други*	5	13	0	0

*Служители без посочен пол.
**Служители в процес на обучение, с изключение на стажанти и практикуващи студенти в dm Германия.

Таблица 4.4: Среден брой служители и брой служители, приравнени към пълно работено време

	Групата dm*		dm България	
Финансова година	**2022/23**	**2023/24**	**2022/23**	**2023/24**
Среден брой служители	5.749	6.486	1201	1462
Брой служители, приравнени към пълно работно време	53 674	57 578	1259	1452
Среден брой служители, приравнени към пълно работно време	3.861	4.152	1062	1298

*с изключение на dm Полша.

Таблица 4.5: Напуснали

	Групата dm*		dm България	
Финансова година	**2022/23**	**2023/24**	**2022/23**	**2023/24**
Брой напуснали	16 683	20 292	495	574

*с изключение на dm Полша.

Таблица 4.6: Обхват на колективните трудови договори и представителство на наетите служители

	Групата dm*		dm България	
Финансова година	**2022/23**	**2023/24**	**2022/23**	**2023/24**
Обхват на колективните трудови договори	78,6%	79,6%	0,0%	0,0%
в т.ч. страни от ЕИП	100%	100%	0%	0%
в т.ч. стани извън ЕИП	0%	0%	-	-
Обхват на представителството на служителите	74,3%	75,2%	0,0%	0,0%

*с изключение на dm Полша.

Страни от ЕИП: dm България, dm Германия, dm Италия, dm Хърватия, dm Полша, dm Румъния, dm Словакия, dm Словения, dm Чехия, dm Унгария и dm Австрия.

Страни извън ЕИП: dm Босна и Херцеговина, dm Сърбия и dm Северна Македония.

Таблица 4.7: Ръководство

	Групата dm*		dm България	
Финансова година	**2022/23**	**2023/24**	**2022/23**	**2023/24**
Членове на ръководството	71	74	5	5
Брой жени	34	36	3	3
Брой мъже	37	38	2	2
Брой други	0	0	0	0
Процент жени	47,9%	48,6%	60,0%	60,0%
Процент мъже	52,1%	51,4%	40,0%	40,0%
Процент други	0%	0%	0%	0%

*с изключение на dm Полша.

Таблица 4.8: Възрастова структура

	Групата dm*		dm България	
Финансова година	**2022/23**	**2023/24**	**2022/23**	**2023/24**
Служители под 30 години	31,6%	31,9%	34,1%	36,6%
Служители между 30 и 50 години	56,9%	56,2%	55,0%	51,8%
Служители над 50 години	11,5%	11,9%	10,9%	11,7%

*с изключение на dm Полша.

Таблица 4.9: Обхват на служителите от законоустановената минимална заплата

	Групата dm*		dm България	
Финансова година	**2022/23**	**2023/24**	**2022/23**	**2023/24**
Обхват на законоустановената минимална работна заплата	100%	100%	100%	100%

*с изключение на dm Полша.

Таблица 4.10: Служители с увреждания и еквивалентен статут

	Групата dm*		dm България	
Финансова година	**2022/23**	**2023/24**	**2022/23**	**2023/24**
Служители с увреждания и еквивалентен статут	2178	2211	27	30
Служители с увреждания и еквивалентен статут в проценти	1,5%	1,5%	2,0%	1,9%

*с изключение на dm Полша.

Таблица 4.11: Среден брой часове за обучение на служителите

	Групата dm*		dm България	
Финансова година	**2022/23**	**2023/24**	**2022/23**	**2023/24**
Часове на обучение на човек на година	7,8	8,2	7,5	6,9

*с изключение на dm Полша.

Таблица 4.12: Безопасност на труда

	Групата dm*		dm България	
Финансова година	**2022/23**	**2023/24**	**2022/23**	**2023/24**
Обхващане на служителите от система за безопасност на труда	100%	100%	100%	100%
Брой смъртни случаи вследствие на трудови зло-полуки	0	0	0	0
Брой подлежащи на докладване злополуки	655	957	4	2
Процент на подлежащите на докладване злополуки на хиляда служители	7,9	7,8	2,0	1,0
Брой пропуснати дни поради трудови злополуки и заболявания	25 948	26 673	312	151

*с изключение на dm Полша.

Таблица 4.13: Отпуск по семейни причини

	Групата dm*		dm България	
Финансова година	**2022/23**	**2023/24**	**2022/23**	**2023/24**
Право на служителите на отпуск по семейни причини	100%	100%	100%	100%
Служители, които са ползвали отпуск по семейни причини*	11,5%	11,3%	14,9%	16,5%
в т.ч. мъже**	0,8%	0,6%	0,6%	0,0%
в т.ч. жени**	10,3%	11,8%	7,1%	6,8%

*с изключение на dm Полша.

**с изключение на dm Германия и dm Полша.

Избрани инициативи и проекти

Ковачница на идеи за устойчиво развитие

В dm ковем бъдещето си заедно. Това беше мотото на международния мозъчен тръст, който през 2023/24 г. се фокусира върху здравето на служителите. По време на Международните седмици на здравето през 2023 г. бяха представени около 250 вдъхновяващи идеи. Тези ценни приноси ще бъдат включени в разработването на бъдещите здравни програми.

„Живей работата си различно“

Под мотото „Живей работата си различно“ през финансовата 2023/2024 г. компанията продължи да инвестира в различни програми и инициативи за личностното и професионалното развитие на екипа: продуктови обучения за служителите в магазинната мрежа; обучения за бюти консултантите, които съветват клиентите в магазините за подходящи за тях продукти и демонстрират новости в асортимента; програми за развиване на различни професионални компетенции и умения; психологически уебинари и вдъхновяващи срещи с гост-лектори и други.

Приятелска и подкрепяща среда за старт в кариерата

dm България дава възможност на студенти за платен стаж в периода юли-септември. Всяка година dm България обявява кандидатстване за стажантски позиции в различни отдели. По време на стажантската програма младежите имат възможност да опознаят структурата и философията на компанията, да разберат с какво се занимават различните отдели, да навлязат в работата на отдела, който е пряко свързан с това, което учат, и да получат практически опит при самостоятелно изпълнение на различни задачи. Наред с това, dm България дава възможност и на ученици от различни професионални гимназии, с които компанията има партньорство, да се запознаят с работата във веригата за дрогерийни стоки като част от учебната програма за професионално образование.

В dm всеки получава шанса да се развива професионално, но паралелно с това да израства и като личност.

Дуално обучение в България

През 2024 г. компанията разшири обхвата на подготовката по специалността „Осигуряване на продуктова информация“, която е част от проекта „Дуално обучение в България“. Учениците, завършили тази специалност, придобиват професия „Консултант козметични, парфюмерийни, биологични продукти и битова химия“, въведена в България от dm. Към септември 2024 г. за нея в дневна и дуална форма на обучение се обучават 235 ученици в професионални гимназии във Варна, Плевен, Димитровград, София и Силистра. Пет години наред с общообразователни предмети те изучават дисциплини като химия, биология, фармакогнозия, ботаника и много други. dm България провежда вътрешно обучение за свои служители по същата професия. Като част от проекта „Дуално обучение в България“ в партньорство с dm в гимназии в различни градове в страната могат да бъдат изучавани още специалностите „Търговия“, „Спедиция, транспортна и складова логистика“ и „Продавач-консултант“.

Радостта от работата и силното сътрудничество са част от нашето обучение.

Отговорни вериги за създаване на стойност

Условията на труд и удовлетвореността на служителите във веригите за създаване на стойност на компаниите оказват влияние върху качеството и надеждността на продуктите, продавани на другия край на света. Освен това, отговорността на дадена компания за справедливи условия на труд в рамките на нейните вериги за създаване на стойност допринася за положителната ѝ репутация и укрепва дългосрочните партньорства.

ALMACEN DE
CAFÉ
CAFFÈ de PERÙ
ESPRESSO de PERÙ

От отношение към действия

Нашите въздействия, рискове и възможности

В допълнение към отговорността ни към служителите в собствената ни компания (вж. подглавата „Жизнена работна общност“), ние се ангажираме да подобряваме условията на труд по нашите вериги за създаване на стойност, да защитаваме и насърчаваме правата на човека и трудовите права и да предотвратяваме нарушенията на тези права.

Дългогодишният ни ангажимент оказва положително въздействие върху условията на труд на хората на място – там, откъдето произхождат суровините и в производствените предприятия – чрез осигуряване на безопасна работна среда и по-добра защита на здравето. Потенциалните негативни въздействия по отношение на условията на труд и трудовите права по нашите вериги за създаване на стойност са по-големи, особено в региони извън Европа. Там неприемливи условия на труд като дългото работно време, неплащането на възнаграждения, недостатъчната здравна защита и защита от инфекции, замърсяването на околната среда на работното място или в близост до него, оказват пряко въздействие върху здравето на служителите. В областта на други трудови права са възможни нарушения, свързани с детски и принудителния труд.

Виждаме в нашите дългогодишни партньорства, основани на доверие, възможност да се справим с потенциалните негативни въздействия. Тясното сътрудничество свързва и предлага възможност да демонстрираме нашите ценности, да обясним изискванията на Кодекса за устойчиво развитие на dm марките и да изискваме сертификати по веригите на стойността. Изпълнението на изискванията за справедлива търговия има положително въздействие върху нашите служители, клиенти и върху цялостната ни репутация в средносрочен и дългосрочен план. Потенциален риск за нас е нарушаването на ценностите на dm в резултат на неспазване на задълженията за комплексна проверка на околната среда или правата на човека. От една страна, това е в коренно противоречие с желанието ни да поемем социална отговорност по нашите вериги за създаване на стойност. От друга страна, подобни нарушения могат да имат и финансови последици според новото европейско законодателство – директивата за веригите на доставка (Директива за надлежна проверка на корпоративната устойчивост – CSDDD) и Общия регламент за защита на данните (GDPR). Допълнително, съществува риск за репутацията, тъй като е възможно да възникнат инциденти, свързани със здравето и безопасността на служителите във веригите за създаване на стойност, и нарушаване на трудовите и социалните стандарти.

Нашият подход: стратегия, цели и мерки

Имаме ясна позиция по отношение на ценността на правата на човека: носим съвместна отговорност за

хората, които работят за нас по нашите вериги за създаване на стойност. Фокусираме се върху условията на труд и производство. Като вземаме предвид международно признатите рамки, за нас е важно да отчитаме и културната идентичност, и регионалните особености. Същото се отнася и за нашите вериги за създаване на стойност.

Осигуряване на дългосрочни и устойчиви партньорства с преки бизнес партньори: Определяме и утвърждаваме изискванията си за социални и екологични стандарти по нашите вериги за създаване на стойност чрез договорно сътрудничество. Те включват Кодекса за устойчиво развитие на dm марките и допълнителното споразумение съгласно германския Закон за задължението за добросъвестност по веригата на доставки (LkSG).

Спазване на задълженията за надлежна проверка по веригите на създаване на стойност: Очакваме зачитане на човешките права от нашите собствени служители, както и от всички наши партньори. От съществено значение са отглеждането и добивът на суровини, от които се нуждаем за нашите продукти с марка dm, както и тяхното производство.

Грижим се за благосъстоянието на хората в нашите вериги на стойност.

Нашата цел е да засилваме отговорността си за правата на човека и околната среда и да я прилагаме на базата на оценка на риска. Мерките за опазване на околната среда са описани в главата „Действия в хармония с природата“.

Ангажимент на място: Нашата цел е да укрепим правата и условията на труд на служителите във веригите за създаване на стойност директно на място. За тази цел участваме в инициативи и конкретни проекти, които подобряват условията на труд на местните хора.

Проследимост на продуктите: С цел да осигурим на клиентите прозрачност за веригите за създаване на стойност, при закупуване на продукти разширяваме информацията за процеса на проследяване на продуктите на dm – от производство до продажба, за да покажем как тези продукти преминават през различни стъпки, стигайки до произхода на суровините за него.

Осигуряване на дългосрочни и устойчиви партньорства с преки бизнес партньори

Цел	Мерки
До края на 2025 г. 100% от съществуващите производствени партньори ще са подписали Кодекса за устойчиво развитие на dm марките.	Кодекс за устойчиво развитие на dm марките като задължителен компонент на новите договори с доставчици на dm. Задължително включване на Кодекса за устойчиво развитие на dm марките при актуализиране на съществуващи договори.

Спазване на задълженията за надлежна проверка по веригата на създаване на стойност	
Цел	**Мерки**
Ние се стремим да гарантираме спазването на човешките и трудовите права по цялата верига на стойността и да направим процеса възможно най-прозрачен.	Въвеждане и по-нататъшно развитие на цялостна система за управление на риска. Наблюдение на преките бизнес партньори по отношение на потенциалните рискове във веригите за създаване на стойност и извършване на проверки за ефективност. Прилагане на превантивни и коригиращи мерки за подобряване на спазването на правата на човека по веригите за създаване на стойност и минимизиране на рисковете. Установяване на признати социални стандарти като задължителен компонент на договорите с доставчици на продукти с марка dm. Използване на сертифицирани суровини в съответствие с нашата стратегия за суровините и марките (с акцент върху социалните аспекти, напр. за палмово масло, памук, кафе, какао и мика). По-нататъшно разработване и прилагане на система за сигнали. Обучение на служителите.

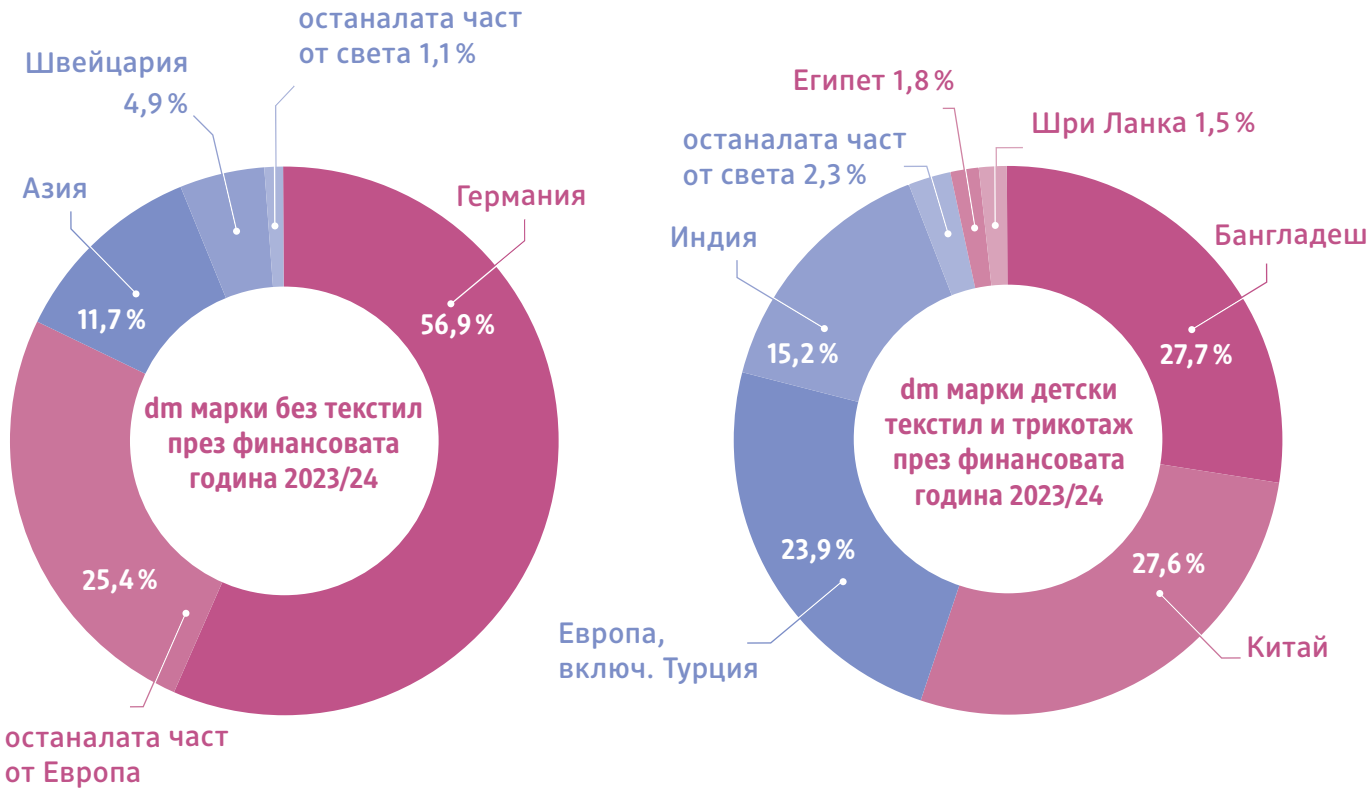
Ангажимент на място	
Цел	**Мерки**
Нашата цел е да укрепваме правата на местните хора и да провеждаме кампании за по-добри условия на труд.	Участие в инициативи за подобряване на надлежната проверка на правата на човека по веригите за създаване на стойност. Изпълнение на проекти, които подобряват условията на труд на местните хора.

Проследимост на продуктите	
Цел	**Мерки**
Ние се стремим да осигурим на нашите клиенти прозрачност на веригите за създаване на стойност при закупуване на продукти.	Непрекъснато добавяме нови продукти и разнообразяваме асортимента в системата за проследяване на продуктите на dm.

Съвместна работа с партньорите в дух на доверие

Работим с около 360 производствени партньори за нашите dm марки (към септември 2024 г.), като всички партньори са базирани в Европа, а 76% от тях – в Германия. Гарантираме, че нашите вериги за създаване на стойност са възможно най-кратки и предпочитаме суровини от Германия или Европа, което е свързано с прозрачността на нашите продукти и условията на тяхното производство, както и възможностите ни за контрол и влияние.

Диаграма 4.2: Процентен дял на марките dm по обем на продажбите в зависимост от страната на производство



Страната на производство е страната, в която се създава по-голямата част от стойността.

При обем продажби на марките на dm, с изключение на текстила, става дума за стоки на рафтовете без промоционални артикули. В случая с текстила е разгледан целият асортимент, тъй като голяма част от него се сменя сезонно и от тази гледна точка се управлява като промоционален артикул.

За dmBio важи следната особеност: основно за dmBio важи страната на производство. За продукти със суровини от различни страни/континенти и за продукти с няколко етапа на преработка в различни страни се отчита мястото на опаковане (напр. за сместа от кашу и боровинки). За продукти, съдържащи само една суровина, се посочва страната на произход на суровината, а не мястото на опаковане.

Най-голямо влияние имаме върху избора и организацията на сътрудничеството с нашите партньори, с които поддържаме преки бизнес отношения. Договорите с нашите доставчици и доставчици на услуги формират задължителната основа на нашето сътрудничество. Особено в областта на марките dm ние сключваме дългосрочни договори, осигуряваме дългосрочни поръчки за нашите производствени партньори, поддържаме постоянен диалог с тях и се запознаваме с местните хора, които работят за нас. Това ни позволява да влияем положително върху местните екологични и трудови условия – особено по отношение на страните на произход и производството извън ЕС. Във връзка със спазването на германския Закон за задължението за добросъвестност по веригата на доставки (LkSG) сключваме допълнителни споразумения, основани на оценка на рисковете, с всички наши партньори, за да гарантираме съвместно спазването на изискванията и да инициираме по-нататъшни подобрения.

Кодекс за устойчиво развитие на dm марките

Кодексът обобщава очакванията ни към нашите партньори в производството на марките dm. Той се отнася за нашите преки бизнес партньори, но също така и за техните подизпълнители и доставчици.

Спазването на човешките права и добрите условия на труд са задължителни за нас. Производството и условията на труд трябва да са в съответствие с конвенциите на Международната организация на труда (МОТ), Глобалния договор на ООН, насоките на Организацията за икономическо сътрудничество и развитие (ОИСР) и Всеобщата декларация за правата на човека на ООН – като във всеки случай трябва да се спазват най-строгите изисквания. Те включват забрана на детския труд, изключване на принудителния труд, забрана на дискриминацията, както и адекватно заплащане и безопасно работно място.

Очакваме нашите производствени партньори да ни подкрепят в реализирането на целите ни за екологична устойчивост и да поемат отговорност. Това се отнася по-специално за опазването на ресурсите, снабдяването със и използването на суровини, опазването на биологичното разнообразие, хуманното отношение към животните и опазването на климата.

Кодексът за устойчиво развитие на dm марките е задължителен компонент на новите договори с доставчици на dm марките от 2020 г. насам. Към септември 2024 г. 94% от нашите производствени партньори са подписали Кодекса, включително 100% от нашите партньори, които работят за нас в текстилния сектор.

Всички договори с тези около 50 производствени партньори в текстилния сектор също така предвиждат, че продуктите трябва да бъдат задължително сертифицирани по стандарта GOTS (Global Organic Textile Standard/Глобален стандарт за органичен текстил) или поне по OEKO-TEX Standard 100. Сертификатът BSCI (Business Social Compliance Initiative/Инициатива за бизнес социално съответствие) или алтернативно SA8000 е задължително изискване за производствените обекти по цялата верига на стойността. Бизнес взаимоотношенията с текстилните производствени предприятия също се основават на конкретен, специфичен за текстила Кодекс на поведение, който включва спазването на международните социални и трудови стандарти.

Приемаме сериозно задълженията си за полагане на дължимата грижа

Нашата всеобхватна система за управление на риска регистрира задълженията за надлежна проверка на правата на човека и околната среда и гарантира тяхното изпълнение. Тя включва годишни и ad hoc анализи на риска във веригите за създаване на стойност, определяне на превантивни и коригиращи мерки въз основа на тези анализи и уеб-базирана система за докладване, която е достъпна за всички заинтересовани страни. Нашата система за управление на риска определя организацията на принципите, процесите, отговорностите, мерките и механизмите за контрол и комуникация. Фокусът и по-нататъшното развитие на нашето управление на риска се координират централно от dm Германия за цялата група dm.

Чрез прилагане на превантивни мерки можем да подобрим спазването на правата на човека по нашите вериги за създаване на стойност и да сведем до минимум рисковете. За закупуването на продукти с марката dm, които съдържат високорискови суровини, също сме разработили стратегии с цели

94% от нашите производствени партньори са подписали Кодекса за устойчиво развитие на dm марките

за снабдяване и сертифициране, за да минимизираме рисковете (вж. подглавата „Биоразнообразие“). Това се отнася за суровини като палмово масло, памук, кафе, какао и мика. За използването на суровината мика, която се използва в козметични продукти, се прилагат строги правила. Тъй като във веригите за създаване на стойност съществува висок риск от нарушаване на човешките права – особено по отношение на детския труд, изискваме спазването на много високи стандарти за влаганата в продуктите с марка dm суровина мика. В допълнение към изискванията, изложени в Кодекса за устойчиво развитие на dm марките, производствените партньори трябва да предоставят доказателства за снабдяване от законни източници и за изключване на детския труд, както и да са част от „Responsible Mica Initative“ (RMI, Инициатива за създаване на отговорни вериги за доставка на мика) или да разполагат с актуални одиторски доклади.

При dmBio систематично регистрираме произхода и източниците на високорискови суровини в критични държави, за да минимизираме

рисковете предварително – например чрез сертифициране на суровините. Непрекъснато разширяваме сътрудничеството си с Fairtrade и работим заедно за подобряване на условията на живот и труд на производителите в Глобалния Юг и за насърчаване на по-устойчиво производство и по-справедливи търговски отношения. Понастоящем 43 продукта от стандартния асортимент dmBio носят печата Fairtrade. Когато сезонните продукти за Коледа и Великден съдържат какао, по-голямата част от тях също са сертифицирани от Fairtrade – 53 продукта през финансовата 2023/24 година. В останалите случаи разчитаме на сертификата на Rainforest Alliance. Стремим се да прилагаме нашите стратегии за суровини, основани на оценка на риска, и за снабдяване на нашите индустриални марки и да ги прилагаме заедно с нашите партньори.

На 1 януари 2023 г. за първи път публикувахме декларация за принципите за правата на човека и я направихме активно достъпна за нашите партньори и служители. Същевременно въведохме уеб-базирана система за докладване по процедурата за подаване на жалби, достъпна на над 20 езика, която е на разположение на всички заинтересовани страни на всички външни уебсайтове на държавите, в които оперира групата dm. На базата на оценка на рисковете, сключихме договори с нашите партньори, за да ги информираме за наличието на канали за подаване на сигнали.

Нашата декларация за зачитане на правата на човека във веригата на доставки.

Нашите мерки за превенция включват също вътрешни курсове за обучение за служителите, които възлагат поръчки на партньори. По този начин се стремим да повишим вътрешната осведоменост за рисковете за правата на човека в собствената ни сфера на дейност. Програмата за обучение е отворена за всички служители. През финансовата 2023/24 г. бяха обучени повече от 5000 служители на групата dm. Нашите мерки за намаляване на риска включват също така одити на място и изискване на сертификати и доклади. Договаряме с партньорите си механизми за контрол като собствени инспекции в производствените обекти или програми за дигитално обучение по германския Закон за задължението за добросъвестност по веригата на доставки (LkSG). Необходимите мерки за подобрение се определят съвместно.

Нашето dmBio Caffè de Peru е сертифицирано по Fairtrade.

Констатациите от механизма за подаване на сигнали, както и софтуерно подпомаганият анализ на данните от наши партньори, външни статистики и индекси за риска, се включват в нашата оценка на риска и се използват при по-нататъшното разработване на процеси

за надлежна проверка на правата на човека и околната среда. Непрекъснато правим преглед на ефективността на нашите мерки и на нашата процедура за подаване на сигнали. Това включва мониторинг на ефективността на обученията, провеждане на целеви одити и мониторинг на определени ключови показатели за изпълнение (KPI) за измерване на въздействието на мерките.

Да постигнем повече заедно – с фокус върху хората

Убедени сме, че влиянието, което компаниите могат да окажат за промяна, нараства, когато те обединят усилията си. Ето защо подкрепяме инициативи, които имат положително въздействие върху служителите във веригите за създаване на стойност. Към тях спада сътрудничеството ни с Германското дружество за международно сътрудничество (GIZ) и членството ни в работната група на германския сектор на търговията на дребно относно справедливите доходи. Участваме и в Инициативата за промишленост и търговия (Initiative Industrie und Handel – IIH) и GS1, в рамките на които работим заедно по теми като германския Закон за задължението за добросъвестност по веригата на доставки (LkSG) и прозрачността във веригите за създаване на стойност. Изпълнението и ефективността на съответните проекти и мерки са документирани в междинни и окончателни доклади, в които подробно са изброени отделните работни пакети и техните цели. По този начин гарантираме, че договорените цели са постигнати и могат да бъдат коригирани, ако не са изпълнени.

GOTS

Информация за стандарта и сертификацията.

Стабилното сътрудничество с производствени партньори извън Европа е особено важно за нас. Това е така, защото то е най-добрата предпоставка за подобряване на условията на труд, а в някои случаи – и на живот на хората. Чрез изпълнението на проекти на място можем да защитим и подобрим правата на служителите във веригите за създаване на стойност.

Сертифицирането на продукти също може да помогне за минимизиране на рисковете във веригата на стойност и да насърчи подобряването на условията на труд като превантивна мярка. Сертификатите установяват ясни стандарти и повишават прозрачността. Около 96% от продуктите ALANA (предлагани само в dm Германия) носят печата GOTS, който е знак за високи екологични и социални стандарти в текстилното производство.

Когато се обединим, можем да имаме по-голямо въздействие.

Сертифицирането по GOTS активно подпомага подобряването на социалните условия на живот по цялата верига на стойността. Спазването на строги критерии гарантира, че се изплащат справедливи заплати, създават се безопасни условия на труд и се зачитат правата на служителите. Това не само насърчава благосъстоянието на служителите във веригата за създаване на стойност, но и укрепва доверието на клиентите в марката ALANA. Сертификацията по GRS (Global Recycled Standard/Глобален стандарт за рециклирани продукти), въведена от нас през 2024 г., също допринася за подобряване на социалните условия на живот. Този стандарт гарантира отговорно снабдяване и преработка на рециклирани материали при спазване на социалните стандарти. Освен за нашите марки детски текстил, използваме GRS сертификата и за други dm марки като Profissimo.

На път с продуктите

Услугата за прозрачност „Пътят на продуктите в dm“ показва произхода и производствената верига на продуктите с марката dm: понастоящем около 41% от трикотажните изделия Fascino могат да бъдат проследени по продуктовия маршрут на dm. Менструалното бельо Jessa и първите продукти на dmBio също могат да бъдат проследени в продуктовата верига на dm. Стремим се непрекъснато да разширяваме тази информация и да включваме допълнителни продукти и серии.

Всеки, който сканира QR кода върху етикета на текстил dm или въведе ръчно кодовия номер на адрес dm-drogeriemarkt.bg/produktweg, може директно да проследи произхода и веригата на стойността на дрехата и да научи повече за хората, участвали в нейното производство.

В „Пътят на продуктите в dm“ са представени и устойчиви проекти, които са подкрепени от местни партньори в страните на производство. Всички проекти имат за цел да бъдат подобрени екологичните, жизнените или работните условия на местните хора.

Служителите на dm редовно посещават производствените мощности на нашите партньори.

През 2023 г. нашият екип, отговорен за текстила, посети памучна ферма в Балангир, Индия.

Прозрачност от суровината до крайния продукт

1 Отглеждане на органичен памук

2 Производство на прежда и платове

3 Изработка

4 Нашият производствен партньор и доставчик

5 От нас за вас

Чрез „Пътят на продуктите в dm“ клиентите могат да научат повече за произхода и производството на нашите продукти. С помощта на QR-код те могат да проследят пътя на текстилните изделия Fascino, например. Менструалното бельо Jessa и първите продукти dmBio също могат да бъдат проследени.

Видео за "Пътят на продуктите в dm"

Избрани инициативи и проекти

Текстилът на dm – подобряване на условията на труд на място

Условията на труд на хората, които произвеждат текстил за dm, винаги са били особено важни за нас. Екипът, отговорен за текстила за деца, всяка година посещава различни места, където той се произвежда. След посещение в Турция през 2022 г., колегите пътуваха през октомври 2023 г. до Индия. Там те посетиха различни фабрики в южноиндийския град Коймбатор. Бяха посетени и памучните полета в североизточния град Райпур, на които расте биопамукът, използван за много от текстилните продукти за деца. Така екипът получи представа за условията по цялата верига на стойността – от памучното поле до шивашкия цех, като имаше възможност да обсъди директно с партньорите темите, свързани с безопасността на труда.

През 2023 г. нашият екип, отговорен за тестила, пътува до няколко производствени партньора в Индия.

dmBio – укрепване на правата на местните служители

При dmBio се фокусираме върху прозрачността и социалната отговорност чак до произхода на суровините. Чрез марката подкрепяме три проекта за цялостно подобряване на условията на труд и социалните стандарти, създаване на допълнителни източници на доходи и осигуряване на устойчивост. С dmBio работим в Еквадор, Перу и Сиера Леоне. За мониторинга на мерките отговаря съответният проектен екип.

Шоколад от Сиера Леоне

За да създадем добавена стойност за производителите отвъд сертифицирането на продуктите, през 2023 г. стартирахме двугодишен проект за подобряване на поминъка и устойчивостта на земеделските производители на какао в Сиера Леоне заедно с нашия производствен партньор Maestrani, Fairtrade и с подкрепата на Фонда за надлежна проверка на Германското дружество за международно сътрудничество. Двата Fairtrade шоколада с „единствен произход“ на dmBio – фин черен шоколад Сиера Леоне и фин черен шоколад с кокосови стърготини – са резултат от този проект, който облагодетелства 7000 биопроизводители на какао от кооперативите Kasiyatama и Salmed.

Какаото за нашия шоколад с „единствен произход“ на dmBio идва от Сиера Леоне и е сертифицирано по Fairtrade стандарт.

Целта е да се създадат допълнителни възможности за доходи на фермерите – например чрез отглеждане на други култури, и да се повиши производителността и качеството при отглеждането на какао. Проектът също така подпомага производството и доставката на какао, което не е свързано с обезлесяване, като по този начин се насърчава опазването на естествените местообитания и биологичното разнообразие.

Café de Perú

Чрез проекта Café de Perú предоставяме допълнителна сума от 0,80 евро на килограм директно на кооператива Juan Santos Atahualpa, за да подпомогнем финансово техните усилия за устойчиво развитие. Заедно изготвихме план на проекта с цели и съответни мерки в социалната, екологичната и икономическата област. Средствата ще бъдат използвани на местно ниво, за да се гарантира устойчивостта на отглеждането на кафе и неговата привлекателност за бъдещите поколения. Това включва осигуряване и увеличаване на доходите чрез подобряване на качеството и производителността при отглеждането на кафе, адаптиране към последиците от изменението на климата и подпомагане на здравеопазването в селските общности. Кооперативът докладва за напредъка на проекта на тримесечни срещи и работи с нас за определяне на бъдещите мерки. Като част от сътрудничеството училищата и здравните центрове в района на кооператива бяха снабдени с необходимите им материали.

Обществен ангажимент

Компаниите, които са социално ангажирани, помагат за укрепване на общото благосъстояние и насърчават устойчивото развитие. По този начин те имат важна роля за устойчивостта на нашето общество. Положителният ефект от тази ангажираност обаче зависи до голяма степен от това дали компаниите действат отговорно, дали приемат сериозно поставените пред тях изисквания и дали информират достоверно за своите усилия.

STIMM-SPIEL-KLANG

От мислене към действия

Като работна общност ние от dm се възприемаме като ангажиран член на обществото. Ангажиментът ни се характеризира с уважение към индивидуалността на хората и към регионалните специфики в страните, в които са нашите dm магазини. Искаме да бъдем за пример в средата, в която оперираме, да вдъхновяваме хората за действия и да подкрепяме положителното развитие на обществото в бъдеще.

Нашето общество се основава на взаимния интерес и ангажимент.

Заедно с нашите партньори и чрез нашите инициативи ние се ангажираме за едно мирно и отворено общество. Желаем да бъдем съзидатели, а не само спонсори, и да насърчаваме решаването на регионални и национални въпроси, които са близки до сърцето на нашата работна общност. За да действаме ефективно с нашите партньори, от съществено значение са дългосрочните и надеждни партньорства. Възприемаме нашите партньорства като сътрудничество, в което и двете страни допринасят със своя опит и заедно можем да постигнем най-голямо въздействие.

Организираме нашия обществен ангажимент на различни нива, за да отговорим на регионалните потребности на общностите около нашите dm магазини и в същото време да комуникираме проблемите на национално ниво по такъв начин, че те да придобият видимост:

- Нашите инициативи на национално равнище са дълбоко вкоренени в компанията от много години и свързват националната видимост на проблемите с конкретни действия в непосредствена близост до нашите магазини;
- Заедно с нашите партньори многократно определяме тематични приоритети, например в Германия в областта на семейството, в страните от подгрупата dm Австрия – в областта на здравето;
- Служителите в нашите магазини участват в редица дейности като част от социални, културни и екологични проекти в своите общности, а някои от тях са установили дългосрочни партньорства.

Принос към устойчивото развитие на обществото: Като работна общност искаме да продължим да даваме своя принос към устойчивото развитие на обществото и в бъдеще и да насърчаваме осведомеността и действията на нашите служители, както и на нашите клиенти, по въпросите на екологичната, културната и социалната устойчивост.

Принос към устойчивото развитие на обществото

Цели	Мерки
Искаме да вдъхновим хората в България и в Европа да допринасят активно като част от едно жизнеспособно и устойчиво гражданско общество.	Даване на пример за жизнеспособно и отворено гражданско общество и видимост на гражданската активност чрез инициативата на dm Германия „Lust an Zukunft“ (Стремеж към бъдещето). Празнуване на 50-годишнината на dm Германия чрез популяризиране на 3000 бъдещи проекта и стимулиране на обществена дискусия. Инициативата „mehr vom leben tag“, предлагаща допълнителен почивен ден на служителите с цел насърчаване на личностното им развитие и подкрепа на гражданската ангажираност в подгрупата dm Австрия. Провеждане на „Giving Friday“ в подкрепа на екологични и социални проекти и инициативи в подгрупата dm Австрия.
Искаме да продължим да бъдем надежден партньор за нашите търговски партньори и да работим с тях за повишаване на осведомеността по социално значими въпроси.	Ангажимент към Германската асоциация на акушерките (DHV) и Федералната асоциация за недоносени деца. Изпълнение и подкрепа на проекти за насърчаване на цялостната осведоменост по отношение на здравето, особено сред жените, в държавите от подгрупата dm Австрия. Насърчаване на проекти за опазване на околната среда, климата и видовете (повишаване на осведомеността, кампании за засаждане на растения, почистващи акции) в подгрупата dm Австрия.
Ние се стремим да популяризираме местните връзки на нашите магазини dm.	Дейности в подкрепа на местни инициативи и сдружения, които са социално, културно или екологично активни. Насърчаване на местни и национални културни и семейни фестивали.

Избрани инициативи и проекти

Инициатива за фирмено доброволчество „mehr vom leben tag“

Вече повече от десет години подгрупата dm Австрия дава на своите над 28 300 служители допълнителен ден отпуск всяка година, за да могат да работят като доброволци за добра кауза. Работим съвместно с благотворителни и неправителствени организации, сред които Каритас, Червения кръст, SOS Детски селища, редица по-малки благотворителни сдружения и екологични организации.

В България от 2020 г. насам dm дарява парите, събрани в рамките на „Giving Friday“, на „SOS Детски селища България“.

„Giving Friday“

Инициативата „Giving Friday“, която се провежда всяка година в края на ноември, предлага на нашите клиенти възможността да съчетаят пазаруването си с добра кауза: на този ден всички държави, в които оперира подгрупата dm Австрия, даряват процент от общия дневен оборот на магазините dm и онлайн магазина dm за благотворителни проекти. През 2023 г. по този начин са дарени 726 000 евро. От 2018 г. насам кампанията е алтернатива на ориентирания към потребителите „Черен петък“.

В България от 2020 г. насам dm дарява парите, събрани в рамките на „Giving Friday“, на „SOS Детски селища България“ в полза на звено „Майка и бебе“ в Габрово. В него се грижат за млади майки и бременни жени в риск да изоставят децата си. Целта на програмата е да предотврати настаняването в институция на децата от 0 до 3 години и да ги предпази от ситуации, застрашаващи сигурността, здравето и развитието им. Експертите на „SOS Детски селища България“ насърчават родителската привързаност и осигуряват на младите майки социално, психологическо и юридическо консултиране.

След изданието на „Giving Friday“ през 2023 г. dm България беше отличена като Златен корпоративен партньор на „SOS Детски селища България“. Тази награда се присъжда на компании, които са дарили повече от 100 000 лв. на организацията през годините. През 2024 г. компанията спечели първа награда в категорията „Маркетинг с кауза“ на 21-вите Годишни награди за отговорен бизнес на Българския форум на бизнес лидерите за своя последователен ангажимент да превърне традиционния „Черен петък“ в ден за дарения.

Партньорство с фондация „Живот със Синдром на Даун“

През 2024 г. за осма поредна година dm България подкрепи мисията на фондация „Живот със Синдром на Даун“ с дарителска акция онлайн и във всички dm магазини в периода 1 май-31 август. В рамките ѝ за всеки закупен слънцезащитен продукт от собствената марка на dm SUNDANCE 0,15 лв. бяха дарени на фондацията. Тя използва дарените средства за дейности като адаптирано плуване, физиотерапия и арт занимания с терапевтична цел, чрез които безплатно подпомага развитието на деца със синдром на Даун. В изданието на кампанията през 2024 г. бяха събрани 30 000 лева.

По повод своя 15-и рожден ден dm България допринесе за чистотата на реките в пет града в страната.

„Реките на града“

През 2024 г. dm България отбеляза своята 15-а годишнина като основен партньор на инициативата „Реките на града“ с поредица от почистващи акции на градски реки в цялата страна. Празнуването на рожден ден в подкрепа на добра кауза е изцяло в контекста на фирмената философия на dm с действията си да бъде пример за сектора, в който работи. Чрез серия почистващи акции и съпътстващи фестивални събития проектът допринесе за чистотата на реките в Стара Загора, Велико Търново, Троян, Габрово и София, като привлече общественото внимание към опазването на градските реки и превръщането им в места за почивка, изкуство и култура. В рамките на инициативата се включиха десетки доброволци – служители на dm, партньори на компанията и много граждани. Заедно те събраха над 1,5 тона отпадъци (към септември 2024 г.) от бреговете и речните корита на Бедечка, Янтра, Бели Осъм и Перловската река.

Нашата „Седмица на бъдещето“ в Берлин беше посветена на основни въпроси, свързани с устойчивото развитие.

50 години dm

С радост и увереност гледаме напред, за да формираме нашето бъдеще – с тази нагласа dm Германия отпразнува през 2023 г. своя 50-годишен юбилей и с цел да въвлече възможно най-много хора в Германия в разговор за бъдещето. В него централни бяха темите, свързани с екологичната устойчивост, здравето, новите работни светове, децата и младежите. Под мотото „Стремеж към бъдещето“ бяха подкрепени 3000 местни проекти и инициативи в близост до нашите магазини. През есента празничните активности завършиха със „Седмица на бъдещето“ в Берлин, на която популярни експерти обменяха идеи за това как заедно можем да допринесем за бъдещето.

Schön,
dass Du
da bist

essence

Annex

Списък на таблиците

Номер	Описание	Страница
3 Действия в хармония с природата		
3.1	Общо потребление на енергия на dm групата в мегаватчасове (MWh)	72 – 73
3.2	Развитие на преките ни емисии на парникови газове (в тонове еквивалент на CO_2)	76 – 77
3.3	Развитие на вече измерените непреки емисии на парникови газове (в тонове еквивалент на CO_2)	82 – 83
4 Действия в дух на сплотеност и взаимодействие		
4.1	Развитие на броя на служителите	146
4.2	Служители по вид договор и пол	146-147
4.3	Служители по вид заетост и пол	147
4.4	Брой служители по средно и в еквиваленти на пълно работно време	148
4.5	Напуснали	148
4.6	Обхват на колективните трудови договори и представителство на наетите служители	148
4.7	Ръководство	149
4.8	Възрастова структура	149
4.9	Обхват на служителите от законоустановената минимална заплата	150
4.10	Служители с увреждания и еквивалентен статут	150
4.11	Среден брой часове за обучение на служителите	150
4.12	Безопасност на труда	151
4.13	Отпуск по семейни причини	151

Списък на диаграмите

Номер	Описание	Страница
1 Устойчивост чрез диалог		
1.1	Развитие на оборота	22
2 Действия за развитие и напредък		
2.1	Резултати от тестването на продуктите с марка dm	45
3 Действия в хармония с природата		
3.1	Средно потребление на енергия в магазините dm на квадратен метър търговска площ в kWh	75
3.2	Материали, използвани в нашите пластмасови опаковки	97
3.3	Дял на опаковките за пълнене, продавани от марките dm в продуктовата категория течни сапуни	98
3.4	Непрекъснато заменяме първичните суровини с рециклирани суровини	99
4 Действия в дух на сплотеност и взаимодействие		
4.1	Развитие на нашите служители	137
4.2	Процентен дял на марките dm по обем на продажбите в зависимост от страната на производство	159

Речник

Съкращение	Наименование
BfR	Германски федерален институт за оценка на риска
BRCGS	Репутация на марката чрез съответствие с глобалните стандарти
BSCI	Инициатива за бизнес социално съответствие
CSDDD	Директива за надлежна проверка на корпоративната устойчивост
GDPR	Общ регламент за защита на данните
ECHA	Европейска агенция по химикали
EFSA	Европейски орган за безопасност на храните
ESRS	Европейски стандарти за докладване на устойчивост
EC	Европейски съюз
FONAP	Форум за устойчиво палмово масло
FSC	Съвет по стопанисване на горите
GenAI	Генеративен изкуствен интелект
GIZ	Германското дружество за международно сътрудничество
GOTS	Глобален стандарт за органичен текстил
GRS	Глобален стандарт за рециклирани продукти
GS1	Global Standards One
GUH	Сдружение „Заедно за екологична неутралност“
IFS	Международни стандарти за качество
IIH	Инициативата за промишленост и търговия
MOT	Международна организация на труда
iTUBS-метод	Метод на Техническия университет Брауншвайг
KPI	Ключови показатели за изпълнение
kWh	Киловатчас
LkSG	Закон за задължението за добросъвестност по веригата на доставки
MWh	Мегаватчас
ОИСР	Организация за икономическо сътрудничество и развитие
PCR	Post Consumer Recycled

Съкращение	Наименование
PPA	Договор за закупуване на енергия
RMI	Инициатива за отговорни вериги за доставка на мика
RSPO	Кръгла маса за устойчиво палмово масло
UN	Организация на обединените нации
ZSVR	Централна служба за регистър на опаковките

Специфични за dm наименования	Обяснение
dm-dialogicum, dm-dialogica	Седалище на компанията
dm група, dm	Цялата група компании dm (dm подгрупа Германия и dm подгрупа Австрия)
dm подгрупа Германия	dm Германия и dm Полша
dm подгрупа Австрия	dm Австрия и още 11 държави - dm Унгария, dm Чехия, dm Словакия, dm Словения, dm Хърватия, dm Сърбия, dm Босна и Херцеговина, dm Румъния, dm България, dm Северна Македония, dm Италия
Разпределителен център	Склад, дистрибуционен център на dm

ESRS-Index

Европейските стандарти за докладване на устойчивостта (ESRS) бяха приети като делегиран акт през юли 2023 година.
Те формират всеобхватна рамка и стандарти за отчитане на устойчивостта, които дружествата трябва да прилагат при изготвянето на своите отчети за устойчивост в съответствие с Директивата за корпоративно докладване за устойчивост (CSRD) на европейско равнище. Следните стандарти на ESRS са взети под внимание частично или изцяло в доклада.

Стандарт	Индикатор	Страница	Подглава
E1 Изменение на климата			
E1 – 2	Политики, свързани със смекчаването на изменението на климата и адаптирането	62 – 63, 64 – 67	Комплексни мерки за опазване на климата
E1 – 3	Действия и ресурси във връзка с политиките за изменението на климата	66 – 88	Комплексни мерки за опазване на климата
E1 – 4	Цели, свързани с опазването на климата и адаптирането към изменението на климата	66 – 71	Комплексни мерки за опазване на климата
E1 – 5	Потребление на енергия и енергиен микс	71 – 75	Комплексни мерки за опазване на климата
E1 – 6	Брутни емисии на парникови газове от Обхват 1, Обхват 2 и Обхват 3 и общи емисии на парникови газове	76 – 85	Комплексни мерки за опазване на климата
E1 – 7	Отстраняване на парникови газове и проекти за намаляване на парниковите газове, финансирани с въглеродни кредити	62 – 63, 88, 108 – 112	Комплексни мерки за опазване на климата, Биологично разнообразие
E2 Замърсяване			
E2 – 1	Политики, свързани със замърсяването	122	Свеждане до минимум на въздействието върху околната среда
E2 – 2	Действия и ресурси, свързани със замърсяването	122 – 125	Свеждане до минимум на въздействието върху околната среда
E2 – 3	Цели, свързани със замърсяването	122 – 124	Свеждане до минимум на въздействието върху околната среда
E3 Водни и морски ресурси			
E3 – 1	Политики, свързани с водните и морските ресурси	118	Разумно използване на водните ресурси
E3 – 2	Действия и ресурси, свързани с политиките в областта на водните и морските ресурси	118 – 119	Разумно използване на водните ресурси
E3 – 3	Цели, свързани с водните и морските ресурси	118 – 119	Разумно използване на водните ресурси

Стандарт	Индикатор	Страница	Подглава
E4 Биологично разнообразие и екосистеми			
E4 – 2	Политики, свързани с биологичното разнообразие и екосистемите	105 – 106	Биологично разнообразие
E4 – 3	Действия и ресурси, свързани с биологичното разнообразие и екосистемите	107 – 115	Биологично разнообразие
E4 – 4	Цели, свързани с биологичното разнообразие и екосистемите	107 – 108	Биологично разнообразие
E5 Използване на ресурсите и кръгова икономика			
E5 – 1	Политики, свързани с използването на ресурсите и кръговата икономика	91 – 92	Опазване на ресурсите и кръгова икономика
E5 – 2	Действия и ресурси, свързани с използването на ресурсите и кръговата икономика	91 – 102	Опазване на ресурсите и кръгова икономика
E5 – 3	Цели, свързани с използването на ресурсите и кръговата икономика	91 – 100	Опазване на ресурсите и кръгова икономика
E5 – 4	Входящи потоци от ресурси	96 – 100	Опазване на ресурсите и кръгова икономика
E5 – 5	Изходящи потоци от ресурси	96 – 100	Опазване на ресурсите и кръгова икономика
S1 Собствена работна сила			
S1 – 1	Политики, свързани със собствената работна сила	130 – 132	Жизнена работна общност
S1 – 2	Процедури за взаимодействие със собствената работна сила на предприятието и с представителите на работниците във връзка с въздействията	26 – 27, 137 – 145	Zukunftsfähiges Wirtschaften, Lebendige Arbeitsgemeinschaft
S1 – 3	Процедури за коригиране на отрицателните въздействия и канали за изразяване на опасения от собствената работна сила на предприятието	141	Жизнена работна общност
S1 – 4	Предприемане на действия във връзка със съществени въздействия върху собствената работна сила и подходи за управление на съществените рискове и преследване на съществените възможности, свързани със собствената работна сила, и ефективност на тези действия	137 – 145	Жизнена работна общност
S1 – 5	Цели, свързани с управлението на съществените отрицателни въздействия, увеличаването на положителните въздействия и менажирането на материалните рискове и възможности	132 – 136	Жизнена работна общност
S1 – 6	Характеристики на наетите лица на предприятието	146 – 148	Жизнена работна общност

Стандарт	Индикатор	Страница	Подглава
S1 Собствена работна сила			
S1 – 8	Покритие на колективното договаряне и социалния диалог	137 – 138, 148, 150	Жизнена работна общност
S1 – 9	Измерители за разнообразие	140 – 141, 146 – 152	Жизнена работна общност
S1 – 10	Адекватни работни заплати	137 – 138, 148, 150	Жизнена работна общност
S1 – 12	Лица с увреждания	150	Жизнена работна общност
S1 – 13	Показатели за обучение и развитие на умения	150	Жизнена работна общност
S1 – 14	Показатели за здраве и безопасност	151	Жизнена работна общност
S1 – 15	Показатели за равновесие между професионалния и личния живот	151	Жизнена работна общност
S2 Работници по веригата на стойността			
S2 – 1	Политики, свързани с работниците по веригата на стойността	156 – 157	Отговорни вериги за създаване на стойност
S2 – 2	Процедури за взаимодействие с работниците във веригата на стойността във връзка с въздействията	160 – 167	Отговорни вериги за създаване на стойност
S2 – 3	Процедури за коригиране на отрицателните въздействия и канали за изразяване на опасения от работниците по веригата на стойността	160 – 163	Отговорни вериги за създаване на стойност
S2 – 4	Предприемане на действия във връзка със съществени въздействия върху работниците по веригата на стойността и подходи за управление на съществените рискове и преследване на съществените възможности, свързани с работниците по веригата на стойността, и ефективност на тези действия	160 – 167	Отговорни вериги за създаване на стойност
S2 – 5	Цели, свързани с управлението на съществените отрицателни въздействия, увеличаването на положителните въздействия и управлението на съществените рискове и възможности	156 – 157	Отговорни вериги за създаване на стойност

Стандарт	Angabe	Страница	Подглава
S4 Потребители и крайни ползватели			
S4 – 1	Политики, свързани с потребителите и крайните ползватели	42, 48, 56	Непрекъснато управление на качеството; Комуникация с клиентите, която повишава осведомеността; Надеждна IT сигурност и защита на данните
S4 – 2	Процедури за взаимодействие с потребителите и крайните ползватели във връзка с въздействията	45, 49 – 53	Непрекъснато управление на качеството, Комуникация с клиентите, която повишава осведомеността
S4 – 3	Процедури за коригиране на отрицателните въздействия и канали за изразяване на опасения от потребителите и крайните ползватели	48	Комуникация с клиентите, която повишава осведомеността
S4 – 4	Предприемане на действия във връзка със съществени въздействия върху потребителите и крайните ползватели и подходи за управление на съществените рискове и преследване на съществените възможности, свързани с потребителите и крайните ползватели, и ефективност на тези действия	43 – 45, 49 – 53, 59	Непрекъснато управление на качеството; Комуникация с клиентите, която повишава осведомеността; Надеждна IT сигурност и защита на данните
G1 Професионално поведение			
G1 – 1	Политики за професионално поведение и култура на предприятието	15 – 19, 24 – 27, 130 – 132	Свързваща организационна структура, Устойчиво икономическо управление, Жизнена работна общност
G1 – 2	Управление на отношенията с доставчиците	26 – 27, 159 – 164	Устойчиво икономическо управление, Отговорни вериги за създаване на стойност
G1 – 5	Политическо влияние и дейности по лобиране	95, 100	Отговорни вериги за създаване на стойност

За доклада

Настоящият доклад за устойчивост е първият доклад за устойчивост на dm, който е изготвен за цялата група dm и взема предвид първоначалните изисквания на приложимите стандарти на ESRS.
Съдържанието се отнася за финансовата 2023/24 година, въпреки че в някои случаи са включени и данни от предходни финансови години. Финансовата година започва на 1 октомври и приключва на 30 септември на следващата година.

Бележка
Настоящият доклад съдържа заявления, свързани с бъдещото развитие на dm-drogerie markt. Тези заявления представляват прогнози, направени от dm въз основа на наличната към настоящия момент информация. Действителното развитие може да се различава от настоящите прогнози.

Покана за диалог
Директният диалог с Вас, уважаеми читатели, е важен за нас. Ако имате въпроси, коментари или предложения относно нашия доклад за устойчивост, моля да се свържете с нашия пресцентър.

Подгрупа dm Германия
Прессекретар
Херберт Артен
+49 721 5592 1195
herbert.arthen@dm.de

Център за обслужване на клиенти на dm Германия
0800 3658633
servicecenter@dm.de

Подрупа dm Австрия
Прессекретар
Щефан Орних
+43 662 64 35 790
presse@dm.at

Център за обслужване на клиенти на dm Австрия
kundenservice@dm.at

dm България
PR&CSR мениджър
Ваня Божилова-Стоянова
vanya.bozhilova-stoyanova@dm-drogerie-markt.bg

Център за обслужване на клиенти на dm България
info@dm-drogeriemarkt.bg

Impressum

Издател
dm България ЕООД
ул. Никола Тесла No.5, ет.6
1574 София

Дизайн и редакция
Arthen Kommunikation GmbH
Käppelestraße 8a
76131 Карлсруе

Управление на проекта: Корина Майер-Колин, Arthen Kommunikation GmbH

Редакция
movea marketing GmbH & Co. KG
LOFT - Müllner Hauptstraße 1
5020 Залцбург

Отговорник за темите/съдържанието
dm България ЕООД
Този доклад е създаден с
с подкрепата на много служители
от различни направления в
компанията.

Управление на проекта: Кристина Балдуф, Кристиан Шваб.

Отговорността за доклада е на ръководството на подгрупа dm Германия и на подгрупа dm Австрия.

Екологичен контролен орган
BG-BIO-14

Дата на публикуване
юни 2025 г.

Снимки
Atelje (Стр. 137), Dénes Balázs (Стр. 41), Bee Smart Technologies AD (Стр. 115), Dominik Berchtold (Стр. 11), Nathalie Bordère (Стр. 172, 174), Gianluca Bonafini (Стр. 37), Boris Breuer (Стр. 14, 33, 42, 65, 123, 151), Dominik Butzmann (Стр. 181), Chilli Production (Стр. 78), Tibor Czitó (Стр. 161), Uli Deck (Стр. 4, 5, 80, 180), dm-drogerie markt (Стр. 105, 148, 159, 170), DSV (Стр. 88), Jörg Eberl (Стр. 34), Fairtrade/Mohamed Aly DIABATÉ (Стр. 175), Zuzana Gavulová (Стр. 161), GREENZERO (Стр. 107, 108, 119), Sebastian Heck (Стр. 7, 55, 56, 59), Michael Ippendorf (Стр. 74), iStockphoto/alxpin (Стр. 120), iStockphoto/Ralf Geithe (Стр. 124), iStockphoto/Bevan Goldswain (Стр. 91), iStockphoto/Halfpoint (Стр. 89), iStockphoto/SolStock (Стр. 127), Oliver Kern (Стр. 81, 102, 104), Helge Kirchberger (Стр. 17, 52), Michael Koerbler (Стр. 118), Leonie Kuderer (Стр. 163), Wolfgang Lienbacher (Стр. 18, 21, 44, 47, 85, 145, 147, 149, 150, 160, 184), Sebastian Mast (Стр. 135), NABU/Christoph Bosch (Стр. 116), Franz Neumayr (Стр. 105), Todor Nikolov (Стр. 84), Nübold Architekten (Стр. 103), Almási Petra (Стр. 119), Mirjam Reither (Стр. 185), Marco Riebler (Стр. 98), Christina Riedl (Стр. 6, 16), Tobias Rieger (Стр. 23), Im Wind, Klaus Rockenbauer (Стр. 86), Joerg Sarbach (Стр. 183), Alexander Schindel (Стр. 51), Katrin Sonnleitner (Стр. 117), Star Network (Стр. 182), Tristan Stedman (Стр. 86), taniawalck (Стр. 58), Silke Walz (Стр. 177, 182), Stefan Wascher (Стр. 7, 12, 50)