



SAOPŠTENJE ZA MEDIJE

U sklopu dm kampanje {ZAJEDNO} za bolje sutra 2024.

Uspješno realizovan projekt „Menstrualna higijena nije luksuz, nego osnovna potreba i pravo svake žene“

U okviru društveno odgovorne kampanje {ZAJEDNO} za bolje sutra 2024 – podrška projektima za unapređenje i očuvanje menstrualnog zdravlja žena, kompanija dm je podržala realizaciju 18 projekata s područja cijele BiH, s gotovo 60.000 KM.

Podržani su projekti koji imaju za cilj podizanje razine znanja o menstrualnom zdravlju, doprinos smanjenju menstrualnog siromaštva te promjenu percepcije menstruacije u javnosti. Aktivnosti koje će biti obuhvaćene ovim projektima uključuju stručna predavanja, radionice, savjetovanja te izradu edukativnih priručnika i slično.

Projekt „Menstrualna higijena nije luksuz, nego osnovna potreba i pravo svake žene“

Jedan od podržanih je i projekt „Menstrualna higijena nije luksuz, nego osnovna potreba i pravo svake žene“ u organizaciji Zavoda za javno zdravstvo SBK, koji za cilj ima poboljšanje kvaliteta života učenica osnovnih i srednjih škola, demistifikaciju teme, isticanje važnosti teme i doprinos smanjenju menstrualnog siromaštva.

„Ispred Zavoda za javno zdravstvo SBK izražavam veliku zahvalnost kompaniji dm BiH što je ranije, a i ovaj put stala uz nas i SBK u vidu podrške projektu koji je vezan za menstrualno zdravlje žena. Zahvaljujući ovoj podršci u vidu higijenskih proizvoda iz njihovog asortimana, te zaposlenicima Zavoda, u osnovnim i srednjim školama na području čitavog kantona krenuli smo sa edukacijom djece i mladih na pomenutu temu, te temu spolno-reproduktivnog zdravlja. Ovo je prvi ovakav projekt na području našeg kantona kojim su obuhvaćene sve matične i područne škole. Svjesni ozbiljnosti i potrebe, edukacija se provodila i u školama koje pohađa i manje od petero djece. U obrazovnim ustanovama na području općine Donji Vakuf u svim školama, pored edukacije, u toalete su postavljeni i ormarići sa higijenskim proizvodima za cijelu školsku godinu. Nadamo se da ćemo u narednom periodu i za druge općine naći istu mogućnost. Smatram da je menstrualno siromaštvo, a samim tim i menstrualno zdravlje nepravedno zapostavljeno, te se nažalost još uvijek doživljava kao tabu tema. Ovakvim projektima i edukacijom nastojimo podignuti razinu znanja od najranije životne dobi, te biti uzor i drugim organizacijama da slijede naš primjer. Posljedice needuciranosti i nerada na ovoj problematici su nam pred očima, konkretno u ovom slučaju, izostanci iz škole zbog nedostupnosti higijenskih proizvoda, zatim u vidu neupućenosti kod stupanja u spolne odnose, infekcija koje prate iste, neželjenih trudnoća kod maloljetnika i svega drugog što sa sobom nosi neznanje oko menstrualnog i seksualno-reproduktivnog zdravlja“, izjavila je Mateja Ibrišimbegović, voditelj odsjeka za preventivno-promotivnu zdravstvenu zaštitu školske djece i mladih na području SBK.



Godina u znaku ženskog zdravlja

Podsjetimo, kompanija dm je već početkom drugog mjeseca 2024. snizila Jessa higijenske proizvode širom regije kao doprinos smanjenju menstrualnog siromaštva: U Bosni i Hercegovini higijenski i dnevni ulošci, tamponi i perive gaćice brenda Jessa sniženi su za 15%. Također je sprovedeno SPECTRA istraživanje na temu menstrualnog zdravlja koje je za područje BiH pokazalo da svaka osma žena u BiH nije posjetila ginekologa. Navedeno bilo je uvod u ovogodišnju kampanju koja za cilj ima unapređenje i očuvanje ženskog zdravlja. Ista je zaokružena nizom aktivnosti tokom ljeta, poput 7. dm ženske utrke - u okviru koje je dm donirao 3.000 komada Jessa higijenskih uložaka udruženju „Pomozi.ba“ – i druge dm stručne konferencije na teme fizičkog i mentalno zdravlja žena u Banjoj Luci, Sarajevu i Mostaru.

**Više informacija o dm drogerie markt d.o.o.**

dm je na bosanskohercegovačkom tržištu prisutan od juna 2006. kada je otvorena prva dm prodavnica u sarajevskom naselju Dobrinja. Za 18 godina dm se sa više od 1.200 zaposlenika i 92 prodavnice u 47 gradova te distribucijskim centrom u Sarajevu pozicionirao kao vodeća kompanija u kategoriji drogerija. U poslovnoj godini 2023/24. dm je u Bosni i Hercegovini ostvario promet od 421,2 miliona KM. Asortiman dm-a obuhvata gotovo 14.000 proizvoda etabliranih svjetskih i domaćih proizvođača, među kojima je 31 dm robna marka kao što su Balea, alverde, Mivolis, trend !t up, Denkmit, babylove, dmBio i druge. U cjelokupnom asortimanu posebno mjesto zauzimaju organska hrana, prirodna kozmetika i ekološki prihvatljivi proizvodi.

dm u BiH imidž Najpoželjnijeg poslodavca, priznanja koje mu je dodijeljeno deset puta, od toga osam puta zaredom, gradi kontinuiranom brigom o zaposlenicima te im, uz brojne pogodnosti kao što su redovni sistematski i stomatološki pregledi, školovanja i edukacije, svake godine isplaćuje regres i 13. platu.