

TISKOVÁ ZPRÁVA

Nová kampaň dm drogerie se zaměřuje na ženské zdraví

Společnost dm spouští osvětovou kampaň, otevře téma sebelásky, vnitřní krásy i tabu ohledně ženského cyklu

České Budějovice, 29.05.2023 – Sebeláska, vnitřní krása, ženský cyklus, menopauza, nutnost relaxace nebo vzájemná podpora mezi ženami. To jsou pilíře nové kampaně společnosti dm drogerie markt, která se soustředí na ženské zdraví a klade si za cíl zvyšovat povědomí o tabuizovaných tématech a problémech. Kampaň odstartovala 28. května - symbolicky na Mezinárodní den menstruace.

Kampaň chce bořit tabu a podpořit ženské zdraví

Společnost dm drogerie se zaměří na zvyšování povědomí o ženském zdraví či jeho tabuizovaných problémech. Cílem je poskytnout celostní pohled na ženu a její kondici – nejen na fyzické aspekty, ale také ty duševní či společenské. Komunikace se tak nebude vyhýbat ani vztahům a roli žen ve společnosti, menstruačnímu cyklu, problematice antikoncepce, menopauzy nebo sexuálního zdraví.

Kampaň však nebude zapomínat ani na péči, a to jak zvnějšku, tak zevnitř. „Cílem kampaně je holistický přístup ke zdraví, který preferuje prevenci a pozitivní přístup k životu. Přáli bychom si, aby se ženy více zaměřovaly na odpočinek a dostatek spánku, naučily se požádat o pomoc, dokázaly říci ne, myslely pozitivně, hlídaly si své zdraví a porozuměly svému tělu,“ vysvětluje **Jiří Peroutka**, manažer komunikace **dm drogerie markt**. „Proto se v následujících třech měsících ve spolupráci s týmem odborníků a lékařů zaměříme na řešení oblastí, které jsou pro zdraví žen relevantní. Otevřeme tabuizovaná témata, například v oblasti sexuálního života žen či jejich periody, a poradíme, jak se starat o vlastní duševní i fyzickou kondici,“ dodává Peroutka.

Cyklus ženy, vnitřní krása, ale i relax a spánek

Část kampaně bude věnována **ženskému cyklu**. V centru dění tak budou PMS, sexuální život, menopauza, hormonální rovnováha či třeba gynekologická onemocnění. V oblasti věnované **vnitřní**

kráse si zase klade za cíl podpořit ženy v pozitivním myšlení a také v tom, aby si uvědomily svou vlastní hodnotu. Zároveň se bude soustředit na podporu zdravého životního stylu a sebevědomí. V neposlední řadě se kampaň zaměří také na tematiku **relaxace**, odpočinku a spánku. Nastíní důležitost rituálů, zdravé výživy či vlivu okolního prostředí.

Kampaň bude v komunikaci i vizuálech, symbolem je zelená stužka

Nově spuštěná kampaň se promítne do všech mediatiptů. „Ženské zdraví bude vidět v televizi, na plakátech po městech, v zákaznickém ACTIVE BEAUTY magazínu. Na dm.cz vznikla ucelená stránka k ženskému zdraví, na kterou se bude přidávat inspirativní a osvěžující obsah po dobu celé kampaně. Také v aplikaci Moje dm čeká na zákazníky a zákaznice dm drogerie mnoho aktivit, například selfcare kalendář, jenž téma ženského zdraví podpoří nejen další nenásilnou edukací, ale i exkluzivními eKupony,“ říká Jiří Peroutka s tím, že také na Spotify je připraven k poslechu a uvolnění speciální playlist přímo od spolupracovnic dm drogerie. Slibuje povzbudit vnitřní krásu a navodit uvolněnou atmosféru. „Playlist doplní i tři podcasty s hostkami, které přes specifické překážky dokázaly najít svou vnitřní sílu a žijí v souladu se svým tělem. Inspirativní poradenství nabídne také vysílání dmLIVE. To v průběhu léta otevře například téma dámské hygieny nebo péče o pleť a vlasy, související s hormonálním výkyvy,“ dodává Peroutka s tím, že kampaň bude na první pohled rozeznatelná díky grafice v podobě zelené stuhy. Ta se povine všemi komunikačními kanály a symbolizuje propojení duše, života a vnitřní síly každé ženy.

Více informací ke kampani najdete na dm.cz/zenskezdрави.

Vizuály kampaně Ženské zdraví si můžete stáhnout [zde](#).

O společnosti dm drogerie markt Česká republika

Společnost dm drogerie markt s.r.o. v České republice zahájila činnost v roce 1992 jako 100% dceřiná společnost dm drogerie markt GmbH Rakousko. V roce 1993 otevřela svou první prodejnu v Českých Budějovicích. Společnost sídlí v Českých Budějovicích. Svých 249 prodejen zásobuje po celé České republice z logistických center v Jihlavě a Divišově. Jednatelkami společnosti jsou Martina Horká a Markéta Kajabová. Celkem v dm pracuje 4 108 spolupracovníků. V obchodním roce 2021/2022 vykázala dm v České republice obrát ve výši 13,8 mld. CZK a upevnila tak své postavení jedničky na trhu specializovaných drogerií. Na trh uvádí mimo jiné dm značky Balea, alverde přírodní kosmetika, babylove, Mivolis, Denkmit, SUNDANCE, dmBio, trend IT UP, SEINZ. či nejnověji no planet b.

Tiskové zprávy a fotografie v tiskové kvalitě společnosti dm naleznete [zde](#).

TZ: Nová kampaň dm drogerie se zaměřuje na ženské zdraví



V případě zájmu o další informace kontaktujte:

Ing. Jiří Peroutka

Manažer komunikace

T +420 387 748-220

M +420 739 531-696

jiri.peroutka@dm.cz

www.dm.cz

www.facebook.com/dm.cesko