

TISKOVÁ ZPRÁVA

Drogerie dm je udržitelná i tam, kde to zákazník nevidí

7 příkladů udržitelnosti dm: Od zvýhodněných nákupů produktů se zelenými cenovkami po edukaci veřejnosti i spolupracovníků

České Budějovice, 07.09.2023 – Jak dodržovat principy trvalé udržitelnosti s co nejmenším dopadem na prostředí, ve kterém žijeme? Udržitelnost už dávno není jen krok navíc ze strany několika uvědomělých firem. Vyznat se ale v tom, co udržitelnost v praxi znamená, není jednoduché. Drogerie dm se o to snaží dlouhodobě a každý den dokazuje, že to jde. Seznamte se s několika příklady, z nichž lze poznat, že dm to s udržitelností myslí skutečně vážně.

1) Certifikované produkty se zelenými cenovkami

Společnost dm chce zákazníky inspirovat, jít příkladem a zavádět taková opatření, která zákazníkům usnadní udržitelné nakupování. Proto jsou již od roku 2018 produkty šetrné k přírodě označeny v prodejnách dm zelenými cenovkami. Na začátku roku 2023 došlo navíc ke zpřísnění pravidel pro označování. Nově mají zelenou cenovku pouze produkty nesoucí minimálně jeden z vybraných certifikátů, který zaručuje, že byly při výrobě dodrženy zásady trvalé udržitelnosti. V sortimentu dm je takových produktů v současnosti více než 2 000.

Obliba udržitelných produktů u zákazníků setrvale roste. „Příkladem může být certifikovaná přírodní kosmetika alverde, která je šetrná k pokožce a zároveň ohleduplná k životnímu prostředí. Neobsahuje žádné syntetické vůně, barviva ani konzervační látky. Rostoucí zájem zákazníků dokládají i čísla – za období 1. října 2022 až 31. července 2023 vzrostly prodeje přírodní dekorativní kosmetiky alverde meziročně o více než 27 procent,“ říká manažer komunikace dm Jiří Peroutka.

Společnost dm drogerie markt chce zákazníky k nákupu udržitelných produktů motivovat ještě více a současně upozornit na to, že používání certifikovaných produktů šetří přírodu i jejich peněženku. Pro zákazníky je proto od září připravena **exkluzivní automatická promoce**. Zákazníci zaregistrovaní ve věrnostním programu dm active beauty, kteří od 7. září nakoupí v prodejnách dm, v aplikaci Moje dm nebo v online shopu dm.cz libovolné množství produktů označených zelenou cenovkou a předloží při nákupu svou zákaznickou kartu nebo ji

načtou z aplikace Moje dm, získají 2× více bodů. Tato exkluzivní automatická promoce bude platit dlouhodobě.

2) Bezobalový prodej

Drogerie dm patří také k průkopníkům **bezobalového prodeje**. A protože jsou plnicí stanice na stáčenou eko drogerii u zákazníků stále oblíbenější, rozšiřuje dm tento koncept do dalších měst. „*Za období leden až srpen 2023 došlo v meziročním srovnání k nárůstu odprodejů o téměř 26 procent. Univerzální prací nebo čisticí prostředek, máchadlo či prostředek na nádobí si mohou naši zákazníci koupit do opakovaně použitelné nádoby již ve 26 prodejnách dm,*“ upozorňuje Jiří Peroutka.

Při každém doplnění zákazníci ušetří 60 gramů plastu. Tolik váží obal na 1,5 l tekutiny, který stačí zakoupit pouze při prvním nákupu. Seznam prodejen s plnicími stanicemi je dostupný na [webových stránkách dm](#).

3) 7 milionů na 30 zelených projektů

Výročí 30 let působení na českém trhu oslavila loni společnost dm podporou 30 zelených projektů, jejichž realizace pokračují i letos. Jedním z nich je projekt **Dropp – za čistší tenis**, díky němuž nekončí použité tenisové míčky na skládkách nebo v přírodě. Loni se takto posbíralo 153 000 tenisáků z tenisových klubů v ČR. To představuje asi 9 tun materiálu. „*Letos už je posbíráno okolo 80 tisíc ohraných tenisáků,*“ vypočítává Vít Gloser, zakladatel projektu. Materiál z rozdrcených míčků nachází využití jako podklad v koňských jízdárnách.

Dále pokračuje i projekt nazvaný **Hygienizace a aerobní kompostování koňského hnoje**. „*Novinkou je pořízení rozdružovače balíků slámy, pomocí kterého chceme zlepšit strukturu a homogennost suroviny navážené do kompostéru a v budoucnu přejít na stlaní drcenou slámou,*“ vysvětluje autor projektu František Bubeník.

K podpořeným projektům patřila například i květinová **farma Něžná pivoňka**, která se zaměřuje na kytice a květinové dekorace z rostlin vypěstovaných přírodní cestou. Farma pořádá environmentální programy pro školy i veřejnost spojené se samosběry květin. „*I díky podpoře od dm se nám daří zvětšovat obhospodařovanou plochu, díky čemuž můžeme pěstovat více květin. Momentálně pracujeme na přechodu k ekologickému zemědělství a získání bio certifikace,*“ popisuje majitelka farmy Nikola Al Haboubi Florianová.

4) Energetická hospodárnost firmy v popředí zájmu

Na **udržitelné využívání energie** se dm soustředí dlouhodobě. V uplynulých týdnech prokázala na základě vykonaného auditu **splnění normy ČSN EN ISO 50001:2019** a obhájila tak certifikaci ISO a zároveň oprávnění užívat značku TÜV SÜD Czech. Jedná se o první mezinárodní standard, který předpokládá, že při jeho globální implementaci lze ovlivnit až 60 procent světové spotřeby energie.

„Pro snížení ekologické zátěže jsme přijali širokou škálu opatření – ať už se jedná o nastavení energeticky úsporných opatření v prodejnách v zimním období, výměnu lednic v prodejnách za novější model s nižší spotřebou, nebo výměnu zářivkových svítidel v zázemí prodejen za LED osvětlení,“ vyjmenovává manažer komunikace dm.

V prodejnách společnost dm postupně upouští od systému vytápění zemním plynem a nahrazuje jej tepelnými čerpadly nebo klimatizacemi s možností vytápění. Na střeše centrální správy a distribučního centra dm jsou umístěny fotovoltaické panely a distribuční centrum má navíc kogenerační jednotku. Další kroky v souladu se systémem certifikovaného energetického managementu budou následovat.

5) Udržitelná budoucnost

Udržitelná budoucnost se dotýká všech úrovní lidského života – sociální, kulturní i ekonomické. Naše rozhodnutí neovlivňují pouze náš život, ale také životy ostatních obyvatel a krajinu. Pokud budeme žít udržitelně, můžeme snížit nejen svou ekologickou stopu, ale i zvýšit kvalitu života ostatních.

Společnost dm přispěla letos v srpnu neziskovým organizacím pracujícím v sociální oblasti celkem čtyřmi miliony korun. Polovinu částky věnovala do sbírky **Daránek pomáhá dětem** pořádané Charitou České republiky. Peníze budou investovány do zařízení, služeb a projektů pomáhajících dětem v nouzi. Milion korun získala ADRA, která je využije především na podporu dobrovolnictví v rámci svých **patnácti dobrovolnických center**. Stejnou částku obdržel i Člověk v tísni na podporu vzdělávacích projektů v rámci fundraisingové kampaně **Lepší škola pro všechny**.

„I když jsou otázky životního prostředí zásadní, je důležité si uvědomit, že udržitelnost přesahuje ekologické zájmy. Pro vytvoření skutečně udržitelné budoucnosti je třeba se zabývat také sociálními a ekonomickými aspekty, jako jsou spravedlivé pracovní postupy, lidská práva a ekonomická rovnost. Uznáním a začleněním těchto aspektů můžeme usilovat o spravedlivější společnost, která bude na principech udržitelnosti postavena,“ vysvětluje Jiří Peroutka.

6) Vzdělávání zákazníků i spolupracovníků

Vzdělávání v oblasti udržitelnosti je pro společnost dm další z priorit. „*Snažíme se uvádět na pravou míru mýty a konfrontovat je s fakty. Loni jsme například zahájili podcastovou minisérii **Udržitelná budoucnost**, původně určenou pouze pro spolupracovnice a spolupracovníky dm. Dotkla se však velice zajímavých témat, proto jsme se rozhodli umožnit její sledování i široké veřejnosti,*“ uvádí jeden z příkladů Jiří Peroutka.

Společnost dm zákazníky dále edukuje v oblasti trvalé udržitelnosti, například tipy a radami, jak žít udržitelněji. Cílem je povzbudit a motivovat, aby si uvědomili význam udržitelnosti pro budoucnost naší planety a přijali vlastní konkrétní kroky, jak ji podporovat. Důležité je nikoho nenutit, ale inspirovat a nabídnout možná řešení. Proto i v rámci živého vysílání dmLIVE v měsíci září nabídne společnost dm divákům téma dmBio svačinky (06.09.2023) a Šetrné alternativy pro domácnost (20.09.2023).

Společnost nezapomíná ani na své spolupracovníky. Každý z nich má možnost předkládat podněty a návrhy k chodu společnosti dm a k různým tématům souvisejícím s pracovním životem. Letos na jaře společnost pro spolupracovníky opět připravila **Impulzy k trvalé udržitelnosti**, které zahrnovaly řadu inspirativních setkání s různými hosty. S výzvou #jetonatobe se spolupracovníci mohli zapojit do řady konkrétních aktivit a využít je jako zdroj inspirace a zároveň důležitý impuls k tomu, jak se chovat ještě udržitelněji.

7) Koncentráty šetří místo

Udržitelné nejsou jen samotné produkty, ale i jejich způsob balení. Zubní pasta značky Dontodent již neobsahuje nadbytečný papírový obal a tablety do myčky Denkmit jsou naskládány do krabičky tak, aby v ní byl využit veškerý volný prostor. Tuhá mýdla, šampony a kondicionéry značek Balea a alverde jsou baleny v papíru.

Novým typem produktu jsou pak předpřipravené **koncentráty v prášku**, ze kterých si sám zákazník dolitím vody vytvoří například čisticí prostředek. Tímto způsobem se snižuje spotřeba plastových lahví a zároveň dochází k redukci CO₂ stopy v rámci logistického řetězce, protože se nepřeváží voda. Tento typ produktů nabízejí značky Blaue Helden, Ayetoeco nebo privátní dm značka Denkmit nature.

„Rozšiřování sortimentu o trvale udržitelné produkty v recyklovaných a recyklovatelných obalech je jednou z našich priorit. Za posledních několik let vidíme velký posun jak ve složení produktů, tak ve složení obalů a vůbec v celkovém pojetí balení a koncentrace například čisticích nebo pracích prostředků,“ uzavírá Jiří Peroutka.



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](#)

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
dm.cz
facebook.com/dm.cesko