

TISKOVÁ ZPRÁVA

Termín zveřejnění: 11. listopadu 2021, 11:30 hod.

Další úspěšný obchodní rok a ještě více „zelené“ v dm

Bilance 2020/21: dm upevňuje vedoucí pozici na drogistickém trhu a startuje „project tomorrow“

- *Sladění cílů a opatření v rámci skupiny dm v rozsáhlém společném projektu trvalé udržitelnosti*
- *Meziroční růst obrátu o 7,87 % na 12,39 mld. CZK*
- *Další razantní posílení online shopu dm.cz a více možností v online nakupování*
- *Pokračující investice do modernizace prodejní sítě a logistiky*
- *Přetrvávající důraz na sociální odpovědnost*

České Budějovice, 11. listopadu 2021 – Navýšením obrátu o 7,87 % na 12,39 miliard CZK uzavřela společnost dm drogerie markt Česká republika úspěšný obchodní rok 2020/2021 (1. října 2020 – 30. září 2021). Stejně jako v předchozích letech upevňuje tento růst vedoucí pozici společnosti dm a dokládá kontinuální pozitivní vývoj nejúspěšnější drogerie na tuzemském drogistickém trhu.

„Díky pozitivnímu vývoji a růstu společnosti můžeme stále více investovat do zatraktivnění naší nabídky, ať už jde o nejlepší poměr ceny a výkonu na trhu, nebo o další rozvoj dm prodejní sítě a poskytovaných služeb. Naším cílem je i nadále nabízet takové zboží a služby, které přispějí k ještě vyšší spokojenosti zákazníků,“ uvádí Martina Horká, jednatelka společnosti dm.

„Pokračujeme i v aktivitách, jimiž se snažíme udělat ze světa kolem nás lepší místo pro život i pro budoucí generace. Spolu s ostatními zeměmi skupiny dm jsme zahájili komplexní program na podporu trvalé udržitelnosti. V rámci tohoto projektu posuzujeme relevantní dopady na životní prostředí napříč všemi procesy a odděleními a vyvíjíme strategická opatření k minimalizaci naší ekologické stopy. Mnoho stávajících i nových opatření ve všech resortech a zemích je sloučeno do koordinované

udržitelné strategie. Průběh a dosažené úspěchy budeme transparentně a srozumitelně dokumentovat,“ dodává Markéta Kajabová, jednatelka společnosti dm.

Společný obrat překonal hranici 3 miliard EUR

Mateřská společnost dm Rakousko spolu se všemi svými dceřinými společnostmi (mezi ně patří dm Česká republika, Maďarsko, Slovensko, Slovinsko, Chorvatsko, Srbsko, Bosna a Hercegovina, Rumunsko, Bulharsko, Severní Makedonie a Itálie) rovněž dosáhla výborných výsledků: Při meziročním růstu +8,38 % činil celkový obrat v loňském obchodním roce 3,227 miliardy EUR (kurzově neočištěno; kurzově očištěno: 3,232 miliardy EUR, +8,83 %) a poprvé tak přesáhl hranici 3 miliard EUR. Toto ekonomické společenství zahrnuje 23 413 spolupracovníků (+1 243) a 1 793 prodejen (+52) ve 12 zemích.

Celá skupina dm včetně dm Německo dosáhla obratu 12,265 miliard EUR (+6,5 % kurzově neočištěno), zaměstnává 66 076 spolupracovníků a provozuje 3 862 prodejen ve 13 zemích (+97 prodejen, +2,6 %). V následujících měsících bude distribuční síť dm drogerie rozšířena i do Polska, 14. země skupiny dm.

Celkové investice ve výši více než 170 milionů CZK

Do rozšíření a modernizace prodejní sítě investovala společnost dm téměř 150 milionů CZK. Nově bylo otevřeno 7 prodejen a 13 stávajících prošlo regenerací či refreshingem. Prodejní síť dm tak byla k 30. září 2021 rozšířena na celkem 246 prodejen. Počet spolupracovníků vzrostl z původních 3 534 na konečných 3 855 spolupracovníků (+321).

Pokračovaly i investice do logistiky. Více než 13 milionů CZK směřovalo na výměnu LED osvětlení, na nákup nové manipulační techniky a spádových regálů v distribučních centrech v Jihlavě i Divišově a na další stavební a elektroinstalační úpravy na budově distribučního centra v Jihlavě. Pro zajištění lepšího komfortu spolupracovníků i zákazníků byly instalovány v prodejnách dm nové pokladní počítače. Do této obměny technického vybavení prodejen investovala společnost dm bezmála 10 milionů CZK. Celková suma investic dm Česká republika za OR 2020/2021 dosáhla výše 173 milionů CZK. V novém obchodním roce 2021/2022 je naplánováno investovat finanční prostředky v celkové výši 233 milionů CZK, z této částky případně na další expanzi a modernizaci prodejní sítě více jak 208 milionů CZK.

Změny v organizační struktuře vedení

K 30. září 2021 odešel z pozice předsedajícího jednatele dm drogerie markt Gerhard Fischer. V souvislosti s ukončením jeho aktivní pracovní kariéry došlo k organizačním změnám ve vedení společnosti. Národní i mezinárodní agendu Gerharda Fischera přebraly k 1. říjnu 2021 jednatelky Martina Horká a Markéta Kajabová.

Bylo etablováno nové vedení společnosti, které se rozrostlo o další tři členy. Do širšího kruhu vedení nově patří manažerka sortimentu Michaela Zikmundová, manažer komunikace Jiří Peroutka a manažer IT Josef Razím. Takto vytvořená hierarchie si klade za cíl prohloubit spolupráci zástupců jednotlivých odborných oddělení na mezinárodní úrovni a využít jejich znalostí pro strategické rozhodování. Nové uspořádání má vést k udržení stability společnosti dm a zároveň ke kontinuitě dalšího rozvoje při neustále se měnících podmínkách.

Oblíbenost online nakupování neustále roste

Prioritou společnosti dm zůstává komplexní omnichannel strategie, která úzce propojuje nákup a služby stacionárního a digitálního světa. Online shop dm.cz, který oslavil v březnu 2021 své 3. narozeniny, se i nadále vyvíjí nadproporcionálním tempem s vysokým dvojciferným procentuálním růstem. Počet objednávek přesáhl 286 tisíc, což představuje nárůst o více než 58 %. V nabídce online shopu naleznou zákazníci více než 11 100 produktů od 661 značek, některé z nich jsou k dostání pouze online. V důsledku narůstajícího významu online nakupování došlo u logistického partnera k navýšení kapacit distribučního centra dm online shopu v Pohořelicích.

Mezi priority společnosti dm se řadí nabídka totožných služeb a výhod při nakupování v kamenné prodejně a v online prostředí. Od srpna 2021 mohou zákazníci dm online shopu platit metodami Apple Pay a Google Pay.

Dlouhodobým cílem společnosti dm zůstává plná integrace zákaznického programu dm active beauty do online prostředí. Od 14. září 2021 mají zákazníci nově možnost propojit si konto věrnostního programu s kontem online shopu. Mohou tak uplatňovat věrnostní eKupony i při svých online nákupech.

Expresní vyzvednutí objednávek z dm online shopu

Služba expresního vyzvednutí online zásilek v prodejnách dm, která byla zavedena v září 2021, se setkala s velmi kladným přijetím ze strany zákazníků. Objednávky z online shopu dm.cz lze vyzvednout v prodejně dle preferencí zákazníka již za tři hodiny od jejich zaplacení. Tato alternativa vyřizování

objednávek šetří čas nakupujících a nabízí zákazníkovi možnost vyhnout se zvýšenému počtu osob v prodejnách. Navíc při jejím využívání dochází oproti klasickým zásilkám ke snížení spotřeby obalového materiálu i negativního vlivu dopravy na životní prostředí. Objednávka je totiž zabalena v opakovaně použitelné nákupní tašce. Expresní vyzvednutí tak představuje trvale udržitelnou variantu klasického doručení zásilky.

Získaná ocenění potvrzují oblibu u zákazníků

Nezávislé studie a spotřebitelské průzkumy opět potvrzují vynikající postavení dm drogerie na trhu. Dle aktuálního Store Equity Indexu (SEI) renomované výzkumné agentury NielsenIQ je dm nesporným lídrem v oboru s indexem 4,7. Jde o nejvyšší hodnotu udělenou maloobchodnímu řetězci na trhu supermarketů, hypermarketů a drogerií. Hodnotami indexu vyššími než 3 se obecně vyznačují velmi silné značky¹. Oproti roku 2019 se získaná hodnota navýšila o 0,9 bodu. Za tímto nárůstem stojí zvýšení významu vlastních značek a nárůst počtu zákazníků, kteří vnímají dm značky jako zásadní součást drogistického sortimentu, pro něž se do dm rádi vrací.

I v letošním roce obhájila společnost dm ocenění Mastercard Obchodník roku 2020 v oborové kategorii Obchodník s drogerií a parfumerií a podeváté v řadě získala ocenění Czech Superbrands Award. Ocenění HREA Excellence Award 2020 v kategorii Velké společnosti obdržela společnost dm v listopadu 2020 za HR počín s názvem dm akademie a profesní kvalifikace Drogista, jehož cílem je obnovení profese drogisty v České republice a zavedení interního vzdělávání v tomto oboru. Oblíbenost u zákazníků doložily výsledky lednového průzkumu Net Loyalty Score². Dle průzkumu je dm drogerie ve svém segmentu pro nakupující první volbou, zákazníci dm jsou značce věrní a cítí se za to i náležitě odměňováni.

Vynikajících výsledků dosahují i samotné produkty, které se umísťují na předních příčkách nezávislých spotřebitelských testů. Nejčerstvější úspěch zaznamenaly výrobky babylove, které obsadily první příčky ve spotřebitelské anketě MAMAVOLBA 2020. Produkty dm značek dmBio a alverde získaly ocenění pečeti Green Brands. Tyto dm značky jsou důkazem průkopnické role dm v otázkách trvalé udržitelnosti a splňují potřeby zákazníků v oblasti ekologičtějších alternativ produktů.

¹ Zdroj: Nielsen Shopper Trends Report 2020

² Zdroj: Pricewise s.r.o.

Šetrně k přírodě

Nový program trvalé udržitelnosti

Společnost dm přijala v posledních letech širokou škálu opatření ke snížení ekologické zátěže – ať už se jedná o vybavení prodejen, nové LED osvětlení v distribučním centru v Jihlavě, nákup zelené energie nebo o preferenci trvale udržitelných alternativ v sortimentu a jejich cílenou podporu.

Tato a další četná opatření se nyní propojí v programu „project tomorrow“. Již byly zahájeny první kroky v oblasti sledování uhlíkové stopy a hodnocení životního cyklu výrobků, které mají ukázat relevantní dopady na životní prostředí a najít jasnou výchozí pozici. V dalším kroku budou stanoveny hlavní oblasti činností, konkrétní opatření a cíle. Program, který bude spuštěn napříč společenstvím dm ve všech 14 zemích, má výrazně urychlit „zelené“ aktivity. O dosažených výsledcích bude dm pravidelně informovat.

Podíl trvale udržitelných alternativ produktů roste

Jedním z nejvýraznějších počínů v oblasti trvalé udržitelnosti minulého obchodního roku bylo uvedení inovativní produktové řady privátních dm značek Pro Climate v dubnu 2021. Společnost dm zvolila ve spolupráci s Technickou univerzitou v Berlíně vědecky podložený a v současné době jedinečný přístup k výrobě drogistických produktů, které jsou nejen klimaticky neutrální, ale také neutrální k životnímu prostředí. Oproti klimaticky neutrálním produktům vyvažujícím pouze emise CO₂ kompenzují Pro Climate produkty dopady na životní prostředí hned v pěti kategoriích (klimatická změna, eutrofizace, okyselování, oxidační smog a narušování ozonové vrstvy), které vznikají během celého životního cyklu produktu – od získávání suroviny přes výrobu a distribuci produktu až po jeho likvidaci.

Dopad na životní prostředí je ale snižován v nejvyšší možné míře již při vývoji produktů Pro Climate optimalizací výrobního procesu. Je zohledněn i výběr použitých přísad nebo složení obalů. Produkty jsou tak vyráběny s co nejlepší možnou ekobilancí. Zbývající nevyhnutelné dopady na životní prostředí kompenzují projekty renaturace. Řada Pro Climate zahrnuje v současné době celkem 14 produktů neutrálních k životnímu prostředí a lze je nalézt v nabídce značek alverde, Denkmil, Jessa, SUNDANCE či Sanft&Sicher.

Produkty šetrné k přírodě jsou v prodejnách dm označeny od roku 2018 zelenou cenovkou. Takových produktů je v sortimentu dm aktuálně více než 2 170.

Rozšiřování nabídky stáčené drogerie

V dubnu 2019 byly uvedeny do provozu první plnicí stanice na ekologické čisticí a prací prostředky české značky Yellow & Blue, které si zákazníci mohou odnést v praktických opakovaně použitelných nádobách. Opětovným použitím prázdných nádob lze na jedno naplnění ušetřit až 60 g plastového odpadu. V současné době nabízí společnost dm 16 prodejen vybavených plnicími stanicemi, minimálně jednu v každém kraji. Poptávka po stáčené certifikované ekodrogerii značek Yellow & Blue a Tierra Verde neustále roste. V minulém obchodním roce si zákazníci stočili více než 15 tisíc litrů těchto prostředků, od zavedení plnicích stanic pak více než 29 tisíc litrů. V meziročním srovnání oproti předchozímu obchodnímu roku vzrostl prodej stáčené ekodrogerie o více než 30 %. Dlouhodobě nejprodávanějším produktem je prací gel z mýdlových ořechů s vůní levandule. Díky dosaženým výsledkům a pozitivnímu ohlasu ze strany zákazníků v současné době připravuje společnost dm otevření nových plnicích stanic.

Nákupní tašky – bavlnu nahrazují dřevěná vlákna

I v oblasti opakovatelně použitelných pevných nákupních tašek inspiroval dm své zákazníky další inovací. Nabídka tašek z recyklátu nebo z bavlny byla v prodejnách dm nově doplněna taškami z dřevěných vláken ECOVERO™. Opakovaně použitelné tašky jsou vyrobeny z dřevěných vláken, která jsou produktem udržitelného lesnictví a jejich výroba je alokována ve střední Evropě. V porovnání s čistě bavlněnými taškami se při ní spotřebuje až o 60 % méně vody.

Jubileum dm značek

Značka babylove z portfolia privátních značek dm drogerie oslavila letos 25 let. Na trhu se poprvé objevila v Německu v roce 1996. Do České republiky dorazila o pár let později v podobě nabídky několika druhů plen a produktů pro nejmenší zákazníky. Od té doby se privátní značka dm drogerie významně rozrostla a vydobyla si pozici uznávané stálice na trhu dětského drogistického zboží. V nabídce drogerie lze aktuálně pod touto značkou nalézt 280 produktů od příkrmků přes nerozbitné nádoby s veselými motivy až po potřeby pro těhotné a kojící ženy. Výrobky značky babylove tvoří čtvrtinu celého baby sortimentu. Značka pravidelně získává ocenění kvality nezávislých testů a je díky své kvalitě a příznivé ceně nejoblíbenější značkou pro rodiče malých dětí.

Své 25. narozeniny oslavila také značka SUNDANCE, která zahrnuje sortiment opalovacích, samoopalovacích přípravků a produktů péče o pokožku po slunění. Šestnáct produktů speciální

limitované edice této značky dostalo narozeninový design v podobě tropických motivů. Ve stejné grafice si mohli zákazníci zakoupit také pevnou dm tašku.

Další projekty dm iniciativy {SPOLEČNĚ}

V oblasti CSR jde společnost dm i nadále příkladem. S cílem smysluplně pomoci tam, kde je to potřeba, spustila v roce 2018 společensky odpovědnou aktivitu Giving Friday. V listopadu 2020, v rámci jejího 3. ročníku, věnovala společnost celkem 3 miliony CZK organizaci Fandi mámám na podporu dětí rodičů samoživitelů. Celkově tak za dosavadní tři ročníky dobročinné akce darovala dm 6,7 milionu CZK.

V měsíci listopadu se síť dm drogerie pravidelně zapojuje do celonárodní potravinové sbírky. V loňském roce se v prodejnách dm vybralo celkem 32 tun drogistického zboží a 11 tun potravin.

Součástí dlouhodobé dm iniciativy {SPOLEČNĚ} je i aktivita „Jdeme na to od lesa“, která vznikla v roce 2020. Společnost dm se spojila s Lesy ČR a organizací Sázíme stromy a po celé ČR pomohla vysázet vzrostlé stromy i keře. Ve spolupráci dm a Biologického centra Akademie věd ČR byl spuštěn v únoru 2021 populárně naučný web Pod kůrou, který se zabývá problematikou kůrovců. Web podkurou.cz přináší ucelené, vědecky podložené informace. Zároveň motivuje k šetrnému a udržitelnému lesnímu hospodaření.

I v červnu 2021 společnost dm pomáhala tam, kde bylo potřeba. Prostřednictvím sbírky SOS Morava neziskové organizace Člověk v tísni zaslala dm finanční dar ve výši 3 miliony CZK na obnovu obcí postižených tornádem.

Vzdělávání a profesní rozvoj

Prodloužení autorizace pro profesní kvalifikaci v oboru Drogista

Společnost dm klade velký důraz na kompetentní poradenství a kvalitu obsluhy i získávání a prohlubování znalostí o drogistickém sortimentu u svých spolupracovníků. Tento přístup dal vzniknout dlouhodobé iniciativě v rámci společnosti dm, která vyústila v zařazení povolání drogistu do Národní soustavy povolání a Národní soustavy kvalifikací a v zavedení interního vzdělávacího programu dm akademie v souladu s kvalifikačním standardem nové profesní kvalifikace Drogista. Autorizovanou osobou pro tuto profesní kvalifikaci se dm stala v roce 2016 jako vůbec první v republice. V letošním roce získala společnost dm od Ministerstva průmyslu a obchodu prodloužení autorizace až do července 2026. Složením zkoušky získají uchazeči celostátně uznávané osvědčení o své profesní kvalifikaci. Ke zkoušce se mohou přihlásit absolventi interního vzdělávacího programu dm akademie. Ten k 30. září

2021 úspěšně absolvovalo již 51 spolupracovníků, 49 z nich složilo profesní kvalifikační zkoušku Drogista.

Nový formát vzdělávání v online prostředí

V lednu 2021 byla spuštěna nová vzdělávací aplikace dm-Lernwelt. Jejím smyslem bylo zpřístupnit spolupracovníkům všechny možnosti rozsáhlého systému vzdělávání na jednom místě. I systém vzdělávání v dm se totiž přizpůsobil aktuální epidemiologické situaci a většina vzdělávacích aktivit se přesunula do online prostředí. Nabídka a forma vzdělávacích programů prošla razantní obměnou a reorganizací s ohledem na priority a aktuální potřeby spolupracovníků.

Odstartovaly dm podcasty

V říjnu roku 2020 měli posluchači první možnost seznámit se s dm podcastem. K 30. září 2021 bylo publikováno 12 dílů, ve kterých se představují osobnosti z rozhovorů uveřejněných v zákaznickém časopise ACTIVE BEAUTY. Podcasty se setkaly s velmi pozitivním přijetím ze strany posluchačů. Na příkladu vysoké poslechovosti se ukazuje přínos propojení značky dm s formátem podcastu se zajímavou osobností.

Foto 1: Společnost dm uvedla na trh řadu produktů Pro Climate neutrální k životnímu prostředí

Foto 2: V OR 2020/2021 bylo otevřeno 7 nových dm prodejen

Foto 3: Nákup na online shopu si lze díky možnosti expresního vyzvednutí převzít již za tři hodiny

O společnosti dm drogerie markt Česká republika

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 246 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 3 855 spolupracovníků. V obchodním roce 2020/2021 vykázala dm v České republice obrát ve výši 12,39 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, Visiomas, dmBio, trend IT UP, SEINZ. či nejnovější Ivorell a Legstra.

Tiskové zprávy a fotografie v tiskové kvalitě společnosti dm naleznete v dm.presscentru.

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