



NENADMAŠNA DROGERIJA: U poslovnoj 2010./2011. dm je ostvario 1,86 milijardi kuna prometa, što je rast od 0,87% u odnosu na prethodnu godinu, kada je zabilježen rast od 2,1%, ali povećali su tržišni udjel pa sad drže 78,7% hrvatskoga drogerijskog tržišta

➤ **BROJKA**

12

tisuća proizvoda nudi dm u 135 prodavaonica u 52 grada u Hrvatskoj i zapošljava 1123 ljudi

Uz rast prometa oko 1% dm UGRABIO JOŠ 26% TRŽIŠTA

Najveći drogerijski lanac u Hrvatskoj, njemački dm, i u poslovnoj godini 2010./2011. (od 1. listopada 2010. do 30. rujna 2011.) bilježi rast prometa, ali ipak nešto slabiji nego prethodnih godina. No, osvojili su novih 25,7 posto tržišnog kolača pa sad drže 78,7 posto hrvatskoga drogerijskog tržišta. U prošloj je godini dm ostvario gotovo 1,86 milijardi kuna prometa, što je rast od 0,87 posto u odnosu na prethodnu godinu, kada je zabilježen 2,1-postotni rast prometa.

Direktor dm-a Mirko Mrakužić očekuje dobit od 70 milijuna kuna, ona je prošle godine iznosila oko 95 milijuna kuna, a dvije godine prije toga bila je na razini od 110 milijuna kuna.

Unatoč pozitivnim rezultatima, Mrakužić kaže da kriza još traje, a u dm-u se protiv nje bore otvaranjem novih prodavaonica i raznim prodajnim aktivnostima. U prošloj poslovnoj godini investirali su 38 milijuna kuna i otvorili sedam novih trgovina, a u idućem razdoblju ulaganja planiraju povećati na 62 milijuna kuna, koliko su otprilike iznosila i prije dvije godine. "Planiramo obno-

viti 15-ak trgovina, ponuditi nova radna mjesta, zadržati poziciju tržišnog lidera i dio uložiti u projekte i aktivnosti", kaže Mrakužić.

Najposlodavac

Hrvatski dm danas zapošljava 1123 djelatnika u 135 trgovina raspoređenih u 52 grada i četvrtu godinu zaredom dodijeljeno mu je priznanje najposlodavca godine, a drugu godinu zaredom proglašen je najpoželjnim poslodavcem. Prema istraživanju agencije Ipsos Puls, dm je prvi izbor u kupnji kozmetike i proizvoda za djecu, a kroz njegove prodavaonice diljem zemlje svakodnevno prođe 73.801 kupac.

U dm-u su istražili što kupce najviše privlači u njihove trgovine i više od 70 posto ispitanih kaže da su to dm-ove robne marke. Gordana Picek, zadužena za nabavu i ljudske resurse, kaže da više od 87 posto kupaca povremeno ili stalno kupuje njihove robne marke, za koje ističe da su identične kvalitete, bez obzira na to plasiraju li se na tržište Njemačke, Austrije ili zemalja jugoistočne Europe. Grupa dm svoju je maloprodajnu mrežu nakon Njemač-

UPRAVA s prvim zaposlenicima



ke i Austrije od sredine 90-ih proširila na Češku, Mađarsku, Hrvatsku, Slovačku, Srbiju, BiH, Rumunjsku i Bugarsku, a u planu je otvaranje prvih prodavaonica i u Makedoniji.

Zdrava hrana

Na razini grupe u prošloj je poslovnoj godini ostvaren promet od 6,17 milijardi eura, što je rast od 9,2 posto u odnosu na prethodnu godinu. Njemački drogerijski lanac ima ukupno 2536 trgovina na svim navedenim tržištima i zapošljava 39.079 dje-

latnika. Posljednjih se godina osobito okrenuo proširenju asortimana zdrave hrane i to je, kako ističe prokuristica dm-a Marinka Akrap, specifičnost dm-a u svim zemljama i na tome namjeravaju dalje raditi. Zasad ne razmišljaju o uvođenju web shopa jer u dm-u, ističe Marinka Akrap, naglasak stavlja na ugodaj i doživljaj u trgovinama.

"Broj zaposlenih u pojedinim trgovinama ovisi o prometu, a on je najveći u šoping centrima. Prodajno mjesto u zagrebačkom Avenue mallu

primjer je zahtjevne filijale iako kroz njega prođe velik broj kupaca koji uglavnom obave manji šoping. To je prije svega format samoposluživanja i u Hrvatskoj smo pokušali podići razinu usluge koliko je god moguće s trenutnim brojem zaposlenih. Puno radimo na edukaciji zaposlenih, posebno što se tiče mirisa i zdrave hrane, i to putem savjetnika i brošura", kaže Marinka Akrap, zadužena za nabavu, marketing i odnose s javnošću.

Maja Grbić
maja.grbic@business.hr

➤ **Investirali su 38 mil. kuna i otvorili sedam novih trgovina, a ulaganja planiraju povećati na 62 mil. kuna...**