



Zagreb, 21. listopada 2010.

- **dm i ove godine nastavlja kontinuiran rast udjela na ukupnom tržištu drogerijskog asortimana**
- **40 posto kupaca kupuje u dm-u jer se „osjeća kao čovjek“**
- **u prosjeku 69.900 zadovoljnih kupaca dnevno u dm-u**
- **dm otvorio 80 novih radnih mjesta**

Uprava dm-a danas je u svojem distribucijskom centru predstavila poslovne rezultate za 2009/2010 godinu te njima još jednom potvrdila poziciju lidera na tržištu maloprodajnih prodavaonica.

„Čovjek je ključan čimbenik poslovanja u dm-u, bilo da se radi o kupcu, zaposleniku ili partneru. Takvom filozofijom poslovanja i ove smo godine osigurali rast u svim relevantnim pokazateljima, od kojih bi posebno izdvojio porast broja kupaca. Svaki dan u prosjeku imamo gotovo 10 000 kupaca više nego prošle godine.“, istaknuo je Mirko Mrakužić, direktor dm-a.

Kontinuirani rast udjela dm-a

Direktor dm-a naglasio je kako je dm u protekloj poslovnoj godini ostvario **promet** veći od **1.8 milijardi kuna**, ali i **rast udjela na ukupnom tržištu drogerijskog asortimana** koji ove godine iznosi **24,9 posto**. U poslovnoj godini 2009/2010 dm je **investirao 63.800.000 kuna**, a velik dio uloženo je u otvaranje novog distributivnog centra i **prodavaonica**, kojih je danas **128** u Hrvatskoj.

Jedan od važnih pokazatelja uspješnog poslovanja jest i **80 novih radnih mjesta**, unatoč recesiji i nepovoljnim uvjetima za poslodavce u Hrvatskoj **dm danas ima 1.103 zaposlenih, a treću godinu zaredom dodijeljeno mu je priznanje „Najposlodavca godine“**. Pozitivnoj radnoj atmosferi zasigurno su pridonijele mnogobrojne pogodnosti, poput mogućnosti skraćenog i kliznog radnog vremena, stimulacije zaposlenika putem trinaeste i četrnaeste isplate u visini bruto plaće, poklon bon svakoj rođenoj bebi u iznosu od 3.000 kn...

dm - najpoznatija prodavaonica kozmetičkih proizvoda i proizvoda zdrave hrane

Prema istraživanju agencije Ipsos Puls provedenom tijekom listopada, **dm je prvi izbor kupovine kozmetike i zdrave hrane sa stopostotnom prepoznatljivošću među ispitanicima**. Takvim rezultatima sigurno je doprinio jedinstveni koncept kupnje u dm-u, a koji je sažet u poruci: **Tu sam**

čovjek. Stavivši čovjeka i njegove potrebe u centar, dm svojim kupcima nudi kvalitetnu uslugu, zajamčeno povoljnu kupnju, uštede putem programa vjernosti, iznimno kvalitetne vlastite robne marke, dostupnost i blizinu, ali i mogućnost aktivnog uključivanja u društveno odgovorne projekte. **69.904 zadovoljnih kupaca**, koliko ih svakodnevno kupuje u dm-u, prepoznalo je odličan omjer cijene i kvalitete robnih marki, pa je tako ostvaren **vrijednosni porast prodaje proizvoda vlastite robne marke od 11, 9 posto** u odnosu na poslovnu godinu 2008/2009, a devet od deset najprodavanijih proizvoda su upravo proizvodi iz te linije. Istovremeno, **indeks prodajnih cijena ove je godine u dm-u manji za 1,77 posto** što ukazuje na to kako su kupci prepoznali i pogodnost „Trajno dobre cijene“ kojom dm svojim kupcima nudi zajamčene povoljne cijene svih proizvoda najmanje četiri mjeseca.

active beauty Svijet Prednosti – društveno odgovoran program vjernosti

Program Svijeta prednosti, putem kojega kupci za svakih 10 utrošenih kuna dobiju bodove koje mogu zamijeniti za atraktivne popuste i pogodnosti, pozitivno je ocijenilo 85 posto kupaca (Ipsos Puls), a dm je članovima Svijeta prednosti, kojih je danas **više od 600 tisuća, ove godine pružio priliku za aktivno sudjelovanje u humanitarno edukativnim akcijama.** Tijekom ljeta, u sklopu projekta „Zaštititi se...i neka cijeli ovaj svijet još sja u suncu!“, zamjenom bodova Svijeta prednosti kupci su ostvarili popuste na proizvode za sunčanje, a **zamijenjene bodove kupaca dm je donirao vrtićima u obliku proizvoda za zaštitu od sunca** – time je donacija osigurana za **sve vrtiće u Hrvatskoj.**

Nakon što je **drugu godinu zaredom kampanja Prekrižimo rak vrata maternice osvojila priznanje Europskog parlamenta „Biser mudrosti“**, članovi Svijeta prednosti mogli su, u zamjenu za active beauty bodove, u dm-u preuzeti broš „Biser mudrosti“ i simbolično podržati borbu protiv ove teške bolesti. Gotovo **sedam i pol tisuća preuzetih broševa u samo tjedan dana dokaz je kako je i hrvatska javnost prepoznala važnost prevencije i edukacije u borbi protiv raka vrata maternice.**

180 donacija u više od 60 gradova

Tijekom protekle poslovne godine dm je partnerskom suradnjom s kulturnim, zdravstvenim, obrazovnim i civilnim ustanovama predao 180 donacija u šezdesetak hrvatskih gradova. Trenutno je aktualna **kampanja „Sve za nju“ u kojoj, kupnjom singl CD-a u dm-u, građani sudjeluju u prikupljanju donacije namijenjene daljnjem radu novootvorenog Centra za psihološku pomoć ženama oboljelim od raka.** Istovremeno, putem **babybonus programa u sklopu kojega dm Ministarstvu zdravstva i socijalne skrbi donira po 20 kuna za svaku prijavu u program, a ove ih je godine bilo 24.500,** prikuplja se novčani iznos kojim će se **nabaviti prvi tandemski spektrometar masa u Hrvatskoj** – dijagnostički uređaj koji kod novorođenčadi otkriva oko 30 različitih nasljednih metaboličkih bolesti, vrijedan 1.800.000,000 kuna.

dm stvara trendove

Vrativši legendarni hrvatski mjuzikl Jalta, Jalta na kazališne daske dm je ostvario suradnju s Kazalištem Komedija te je **u 75 dana u Zagrebu Jaltu, Jaltu pogledalo 21 900 ljudi, što predstavlja povijesno glazbeni rekord** po broju gledatelja u tako kratkom periodu. Kao veliki prijatelj kulture dm će nastaviti s poticanjem građana na uživanje u svijetu kazališta, klasične glazbe i svih vrsta umjetnosti, pa će tako i iduću poslovnu godinu obilježiti kampanje kojima je cilj promocija glazbe i umjetnosti.

Organizacijom drugog po redu dm damSKI kupa na Sljemenu **dm je u sportski kalendar grada i države unio još jedan, sada već tradicionalni sportski događaj, kojim se popularizira rekreativno skijanje kod žene te, naravno, zdrav i aktivan život.** Na ovogodišnjem damSKI kupu

sudjelovalo je 150 natjecateljica, a više od 1.500 posjetitelja navijalo je i uživalo u zabavnom programu na Sljemenu.

Kampanjom „Lijepa, ako to želiš“ dm je podupro vodeći modni događaj u Hrvatskoj, Fashion.hr: omiljeni **hrvatski dizajner Ivica Klarić, ekskluzivno za dm dizajnirao je funkcionalnu ogrlicu koja se u dm-u mogla preuzeti putem Svijeta prednosti, a postala je i hit među posjetiteljima Fashion.hr-a.**

Kontakt:
Marinka Akrap
voditeljica nabave, marketinga i odnosa s javnošću
dm-drogerie markt
tel. 01/36 70 100
mob. 099/218 3812

Kontakt:
Nina Išek Međugorac
izvršna voditeljica projekata
Madison Consulting
tel. 01/6102 205
mob. 099/208 3005