

Společnost dm se i v letošní kampani zaměřuje na menstruační chudobu.

Menstruačními potřebami vybaví základní školy po celém Česku

28.5.2025 - | PROTEXT

Menstruace je přirozenou součástí života většiny žen, ale v mnoha společnostech je stále vnímána jako tabu. To potvrzuje i zpráva z mezinárodního průzkumu o menstruaci, který společnost dm drogerie v loňském roce realizovala ve spolupráci s institutem pro výzkum trhu Spectra.

Průzkum, kterého se zúčastnilo 6 600 žen v jedenácti evropských zemích ukázal, že 60 % dotázaných se domnívá, že otázky, jako jsou menstruační bolesti, hygienické podmínky a přístup k menstruačním potřebám nejsou ve společnosti dostatečně viditelné. Pro mnoho lidí je menstruace stále spojena se stigmatizací a studem. Chybí osvěta, společenské přijetí a v některých případech i finanční prostředky. Termín „menstruační chudoba“ označuje situaci, kdy si menstrující ženy nemohou dovolit koupit menstruačních potřeb či zajištění jejich dostatečného počtu nebo si z finančních důvodů menstruační potřeby nemění dostatečně často. Tento termín zahrnuje také nedostatečné znalosti o menstruaci.

Téma menstruace v 11 zemích skupiny dm, Spectra Marktforschung pro společnost dm, únor/březen 2024

Na silnou tabuizaci tématu menstruace ukazuje také průzkum z letošního jara, který společnost dm realizovala prostřednictvím nástroje Instant Research společnosti Ipsos. Dle něj si 72,1 % dotazovaných v České republice myslí, že by se o menstruaci ve společnosti mělo více mluvit. 85,6 % navíc souhlasí, že o zdraví svých partnerek by se měli aktivně zajímat také muži. Právě ti ale mají často o tématu pouze nízké povědomí - 15,4 % z dotazovaných mužů například nedokáže vyjmenovat ani jednu menstruační potřebu. Podobně je tomu u samotné problematiky menstruační chudoby, které správně rozumí pouze necelých 26 % mužů.

Zásobníky s menstruačními potřebami zdarma

Společnost dm se aktivně zasazuje nejen o snížení tabuizace, která téma menstruace obklopuje, ale také aktivně adresuje problematiku menstruační chudoby. V červnu 2024 darovala dm menstruační potřeby v hodnotě 1 milionu korun organizacím Sola pomáhá a Člověk v tísni, které se řešením menstruační chudoby zabývají. V srpnu 2024 pak měli možnost zapojit se do pomoci i zákazníci, přidat ke svému nákupu v prodejnách dm virtuální balíček, a podpořit tak ženy a dívky, které jsou menstruační chudobou ohroženy. V tématu menstruační chudoby pokračuje společnost dm i v roce 2025, kdy vybaví 265 základních škol po České republice zásobníky s menstruačními potřebami zdarma.

„Cílem této CSR iniciativy je zvýšit povědomí o menstruační chudobě a usnadnit přístup k menstruačním potřebám všem dívkám. Poskytování menstruačních potřeb by mělo být stejně samozřejmé jako poskytování toaletního papíru a mýdla,“ vysvětluje Jiří Peroutka, manažer komunikace dm.

Uvedený průzkum realizovaný v loňském roce ve spolupráci se společností Spectra se dále zabýval také finanční zátěží spojenou s menstruací. Výsledky ukazují, že téměř třetina dotázaných žen a dívek v České republice považuje nákup menstruačních potřeb za finanční zátěž. Jejich bezplatným poskytnutím v základních školách podporuje iniciativa společnosti dm zejména ty dívky, pro které je nákup menstruačních potřeb finanční překážkou.

Téma menstruace v ČR, Spectra Marktforschung pro společnost dm, únor/březen 2024

Společně překonáme menstruační chudobu

Do zajištění pomoci s menstruační chudobou se mohou zapojit také zákazníci společnosti dm. Od 2. 6. 2025 si budou moci zakoupit virtuální balíček v hodnotách 50 Kč, 100 Kč nebo 200 Kč ve všech prodejnách dm u pokladny s obsluhou, v aplikaci Moje dm a v online shopu dm.cz. Ve spolupráci s Českou federací potravinových bank přemění společnost dm virtuální balíčky na roční zásobu vložek a umístí je do zásobníků na menstruační potřeby na dívčí toalety vybraných základních škol. Zásobníky budou naplněny produkty privátní dm značky Jessa.

„Denně doplňovaný zásobník na menstruační potřeby chceme umístit ve vybraných základních školách po celé České republice. Spolupracovnice a spolupracovníci ze všech 265 prodejen dm vybrali jednu základní školu za každou prodejnu a seznámili její vedení s hlavní myšlenkou iniciativy. Zásobníky a roční zásobu 660 balení vložek Jessa tak obdrží celkem 265 základních škol,“ doplňuje na závěr Peroutka.

Více o menstruační chudobě: **dm.cz/menstruacni-chudoba**

Zajímavosti o CSR aktivitě:

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 259 prodejen zásobuje po celé České republice z logistických center v Jihlavě a Ostředku. Jednatelkami společnosti jsou Martina Horká a Markéta Kajabová. Celkem v dm pracuje 3 786 spolupracovníků. V obchodním roce 2023/2024 vykázala dm v České republice obrát ve výši 18,1 mld. Kč, a upevnila tak své postavení jedničky na trhu specializovaných drogerií. Na trh uvádí mimo jiné dm značky Balea, alverde, babylove, Mivolis, Denkmit, SUNDANCE, dmBio, trend !t up, SEINZ. či Dein Bestes.

<http://www.ceskenoviny.cz/tiskove/zpravy/spolecnost-dm-se-i-v-letosni-kampani-zameruje-na-menstruacni-chudobu-menstruacnimi-potrebami-vybavi-zakladni-skoly-po-celem-cesku/2679029>