

Společnost dm spolu se svými zákazníky opět pomáhá: 3 miliony Kč na klimatické vzdělávání žáků středních škol a 39,76 tuny zboží lidem v nouzi

3.12.2024 - | PROTEXT

Výtěžek aktivity Giving Friday, kterou v pátek 29. listopadu 2024 opět iniciovala společnost dm, se díky zájmu zákazníků vyšplhal na 2,85 milionu Kč. Společnost částku zaokrouhlila na 3 miliony Kč, které věnuje vzdělávací organizaci TEREZA. Ještě dříve se v prodejnách dm, v aplikaci Moje dm a v online shopu dm.cz konalo podzimní kolo Sbírký potravin, díky kterému směřuje do Potravinových bank 39,76 tuny pomoci.

Giving Friday

Již posedmé se společnost dm zapojila do dobročinné iniciativy Giving Friday, která představuje protipól k slevovému šílenství Black Friday. Pět procent z obratu učiněného 29. listopadu 2024 v prodejnách dm, v aplikaci Moje dm a v online shopu dm.cz se letos rovnalo částce 2.849.934 milionu Kč. Tuto částku společnost dm zaokrouhlila na výsledné **3 miliony Kč**, jimiž podpoří vzdělávací centrum **TEREZA** – organizaci, která již 45 let inspiruje a učí děti odpovědnému přístupu k životnímu prostředí.

Organizace TEREZA spolupracuje s více než 1400 školami a vzdělává přes 230.000 žáků a žákyň a okolo 9 900 pedagožek a pedagogů. Díky svým aktivitám a projektům, jako jsou mezinárodní program GLOBE nebo Ekoškola, šíří myšlenky trvalé udržitelnosti do více než 40 zemí světa.

„Již v loňském roce jsme společně s TEREZOU vytvořili a v letošním roce updatovali unikátní vzdělávací model BASE CAMP, zaměřený na klimatické změny. Tento vzdělávací program se řadí mezi 4 nejlépe hodnocené vzdělávací projekty v kategorii vzdělávání cen SDGs v roce 2024. Zisk prestižního ocenění je důkazem, že naše společné úsilí a závazek k zvyšování povědomí o klimatických změnách mezi mladými lidmi má smysl,“ komentoval pokračující spolupráci **Jiří Peroutka**, manažer komunikace dm.

Sbírka potravin

Od 19. do 23. listopadu 2024 probíhalo v dm podzimní kolo Sbírký potravin. Během tohoto období měli zákazníci možnost přidat ke svému nákupu v jakékoliv prodejně dm, v aplikaci Moje dm nebo online na dm.cz virtuální balíček a tím se zapojit do Sbírký potravin. Zákazníci prokázali velkou solidaritu, když se v prodejnách dm vybralo pomocí virtuálních balíčků 3.408.550 Kč a v online shopu dm.cz a aplikaci Moje dm dosáhla podpora výše 61.000 Kč. Ve spolupráci s **Potravinovými bankami** bude hodnota virtuálních balíčků přeměněna na reálné produkty, které lidé v nouzi aktuálně nejvíce potřebují. Fyzická pomoc ze dne 23. listopadu 2024 přinesla 5,15 tuny zboží, a celkově tak na podporu lidí v tíživé situaci poputuje 39,76 tuny zboží.

„Do Sbírký potravin se zapojujeme pravidelně a již druhým rokem i prostřednictvím virtuálních balíčků. Velmi nás těší, že ochota našich zákazníků pomáhat stále roste a po loňských 28,3 tunách zboží, které putovaly lidem v nouzi v rámci podzimního kola, se nám letos v listopadu podařilo vybrat rekordních 39,76 tuny zboží,“ hodnotí výsledky Sbírký potravin **Jiří Peroutka**, manažer komunikace

dm.

Společnost dm děkuje zákazníkům za jejich štědrost a podporu.

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.

<https://www.ceskenoviny.cz/tiskove/zpravy/spolecnost-dm-spolu-se-svyymi-zakazniky-opet-pomaha-3-miliony-kc-na-klimaticke-vzdelavani-zaku-strednich-skol-a-3976-tuny-zbozi-lidem-v-nouzi/2603640>