

# 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](https://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.*

<https://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>