

Együtt egymásért –
a vállalati felelősségvállalás
formái a dm Kft.
gyakorlatában

2016.

Együtt egymásért

A pályázott kategória: Nemzetközi cég magyar leányvállalata

A pályázati anyag címe: Együtt egymásért - a vállalati felelősségvállalás formái a dm Kft. gyakorlatában

Név: dm Kft.

Cégforma: Korlátolt felelősségű társaság

Székhely: 2046 Törökbálint Depo Pf. 4.

Fő tevékenység: drogéria kiskereskedelem

Levelezési cím: 2030 Érd, Fiastyúk utca 3.

Adószám: 13-09-078006

Bankszámlaszám: Citibank Rt. 10800021-60000001-01030067

Kontaktszemély, és annak elérhetőségi adatai: Pál-Nagy Szabina

Szabina.Pal-Nagy@dm-drogeriemarkt.hu

0623/516-120

Együtt egymásért – a vállalati felelősségvállalás formái a dm Kft. gyakorlatában

„Gazdasági közösségként azzal a kihívással állunk szemben, hogy egy olyan vállalatot hozunk létre, amellyel közösségként példát mutatunk a környezetünknek.” (Iránytű – dm Kft. belső kiadványa)

A vállalati filozófiánk kézikönyvből vett fenti idézet összefoglalja mindazokat az alapelveket, amelyek vállalatunk mindenkoron szem előtt tart a szervezeti folyamatok kialakítása illetve a döntések meghozatala során.

A nemzetközi anyavállalat által mutatott irányelvek a napi működésbe beleolvadnak, a mindennapok gyakorlatának részévé válnak, így a társadalmi felelősségvállalás a cég mindennapjainak része, amely érvényesül a cég alaptevékenységében, üzleti folyamataiban, munkatársakkal való viszonyában és programjaiban, amelyek valamely társadalmilag fontos kérdéshez kapcsolódnak.

A vállalati felelősségvállalás több területen valósul meg a cégen belül: szociális tevékenységet illetően, a dolgozókat érintően és a környezet védelmének területén is, pályázatunkban valamennyi érintett területet bemutatjuk. A dm Kft. elköteleződött a környezetvédelem, a gyermekek egészségre nevelése, és a szociálisan hátrányos helyzetű családok megsegítése mellett. Ezen törekvéseinket évek óta több társadalmi felelősségvállalás kampány kíséri. „Együtt egymásért” név alatt dolgoztuk ki hosszú távú vállalati felelősségvállalási stratégiánkat, amelynek célja, hogy a gazdaság felelős szereplőjeként megtaláljuk, és felkaroljuk azokat a társadalmunkat súlyosan érintő problémákat, amelyek megoldásában hatékony segítséget tudunk nyújtani. A programok mellett a dm adományozással is segíti a közhasznú szervezetek működését, adományozási stratégiánk szerint termékbeli támogatást nyújtunk a hozzánk forduló szervezeteknek.

A dm Együtt egymásért név alatt 2015/16-os gazdasági évben öt programot szervezett meg. Ezek az Együtt a babákért, a Nap gyermekei, a Jótettekkel egy jobb világért, a Mosolygó fogacskák, és az Egy nap másokért programok.

1. Együtt egymásért – társadalmi felelősségvállalás programok a dm-nél

A dm 2006 óta foglalkozik társadalmi szerepvállalással. Egy 2008-as, a dm munkatársai, vásárlói és a média képviselői körében végzett kutatás eredménye szerint, mind vásárlói, mind munkatársai azt várják a dm-től, hogy az egészségmegőrzés, azon belül is a gyermekek egészségtudatosságra nevelése területén tevékenykedjen, ennek figyelembevételével és az anyavállalat iránymutatása alapján dolgozta ki a dm CSR programjait, amelyek az egész gazdasági évet felölelik.

A CSR programok kiválasztásában a dm olyan témákra összpontosít, amelyek illenek a cég hosszú távú felelősségvállalási stratégiájába, s amelyekhez közvetlenül kapcsolódni tud saját szortiment bevonásával vagy magas a személyes érintettség a vásárlók nagy részénél.

A CSR programokat a konszern iránymutatása alapján, de a helyi viszonyokhoz igazítva valósítjuk meg. Egyes programok az anyavállalatnál illetve a konszern más országaiban már nem futnak, ám idehaza továbbra is időszerűek és komoly problémákat érintenek, emiatt évről évre megszervezzük őket, folyamatosan megújítva őket. A cég számára fontos, hogy a programok ne egyszeri akciók legyen, a programok az érintettek számára kiszámíthatóak, a célcsoportok (iskolák, óvodák) számíthatnak a pályázatokra, ugyanakkor fontos számunkra, hogy a programok részleteikben folyamatosan megújuljanak, új aktivitások kísérjék őket.

Az „Együtt egymásért“ név alatt a dm 2015/2016-ban öt CSR programot dolgozott ki, 2016-ban az anyavállalat mintájára egy új CSR kampányt is indított a dm, a Jótettekkel egy jobb világért program a helyi közösségek segítségét tűzte ki célul.

Együtt egymásért:

- Együtt a babákért
- Nap gyermekei
- Jótettekkel egy jobb világért
- Mosolygó fogacskák
- Egy nap másokért

Nehéz körülmények között élő családok megsegítésére indítottuk el az „Együtt a babákért” programunkat, a Nap gyermekei programunk óvodás gyermekek napvédelmét célozza. A Jótettekkel egy jobb világért program helyi projektek megvalósítását támogatja

országos hatókörben, a „Mosolygó fogacskák” gyermekeknek szóló edukációs programunk a kisgyerekek helyes fogápolásának fontosságára hívja fel a figyelmet.

2013-ban „Együtt egymásért” dolgozói önkéntes programot indítottunk, amellyel a civil szervezetek munkájára, és az önkéntes segítségnyújtás szerepére kívántuk felhívni a figyelmet, a programot évről évre meghirdetjük dolgozóink körében.

A dm CSR programjai számára 2016-ban létrehoztuk a www-dm-egyuttegymasert.hu oldalt, amely a CSR aktivitásaink gyűjtőportálja lesz. Az oldal fejlesztésén, tartalmi bővítésén jelenleg is dolgozunk.

1.1 Együtt a babákért – Legyünk nagyok a legkisebbekért!

A dm-ben a kisgyerekes családok kiemelt figyelmet kapnak, ezt tükrözik a szolgáltatások és a széles baba-mama szortiment is. Plakátjainkon, hirdetéseinkben gyakoriak a mosolygós kisbabák, az idillikus pillanatok.

Tudjuk azonban, hogy a legboldogabb babás időszakot is beárnyékolhatja, ha a családok nem tudják megadni a kicsiknek, amire mindenképpen szükség van: például a pelenkát. Szociálisan rászoruló kisgyermekes családok megsegítésére indított programot a dm 2010-ben, amely során jelképes keresztapai szerepet vállalva 260 rászoruló család részére juttatunk el fél évre elegendő mennyiségű pelenkát. Ennek megvásárlása hatalmas terhet ró a családokra, a szülők pénzügyi gondjai miatt a gyerekek is szenvednek. A rászoruló családok kiválasztásában a dm együttműködő partnere a Katolikus Karitás. November és december hónapban pontadományozással a dm vásárlói is hozzájárulhatnak a program sikeréhez, cserébe egy köszönőajándékot ad a dm, amely emlékezteti a vásárlókat arra, hogy jót tettek, s hogy mindig vannak rászorulók, akiknek szükségük van a segítségre. A legutóbbi Együtt a babákért program 2015 novemberében indult, a pelenkák átadása 2016 első hónapjaiban zajlott. A programban a vásárlói pontadományozás 2015. november 12-december 31. tartott.

A szegénység sajnos napjainkban is kézzelfogható valóság sok család számára, a dm ezzel a programmal szeretné a pelenkavásárlás terhét levenni a családok válláról, hogy ezt az összeget másra, életminőségük javítására fordíthassák.

Szakmai partnerünk, a Katolikus Karitás országos szervezet, megyei intézményei kapcsolatban állnak azokkal, akiknek a segítségre a leginkább szükség van. A családok a Karitás fele

jelezhetik, ha szükségük van a támogatásra. A dm összesen 6500 csomag babylove jumbo pack pelenkát adott át 2015 decemberében a Karitásznak számára, mintegy 20 millió forint értékben.

A pelenkaadományozást sajtófigyelem is kíséri, a programmal szeretnénk mások figyelmét is felhívni a problémára, s jó példát mutatni a segítséggel.

Print megjelenések: HellóBaby magazin, Kismama, Piac és Profit, Ridikül, Test és Lélek

Rádió megjelenések: Jazzy Rádió, Music FM

TV-s megjelenések: RTL Egészségkalauz

Saját kiadványokban megjelenések: dm honlap, facebook, e-mail hírlevél, am magazin, ab magazin

In-store megjelenés: A1 plakát, infopult flash

A pelenkákat jelképesen egy központi átadón adtuk át néhány családnak, teljes mennyiséget a Karitásznak osztotta el a családok között. A program visszhangja a vásárlók között pozitív, partnerünkötől is sok visszajelzést kapunk arról, hogy a családok számára nagy segítség a pelenkaadomány, a programra a Karitásznak a jövőben is nyitott, a 2016-os év programjának előkészületei már zajlanak.

1.2 Nap gyermekei – Legyen gyerekjáték a napvédelem!

2011-ben a magyarországi dm is csatlakozott a nemzetközi kezdeményezéshez, a „Nap gyermekei” CSR kampányhoz. A dm célja a programmal az, hogy a kiskorú gyermekeket a megelőzés biztonságával óvja a káros napsugaraktól, és megtanítsa őket arra, hogyan védekezzenek megfelelően, amikor kint játszanak a napon.

Az adatok szerint évente 2-3 millió embernél alakul ki veszélyes bőrrák, ebből közel 132.000 melanoma, amely az egyik legrosszabb mind közül. Sajnos, egyre gyakoribb, hogy fiatalokat és gyermekeket érint ez a betegség. A kialakulás rizikója magasabb azoknál, akiknél kiskorukban erős leégés történt. Tehát a megelőzés szempontjából legfőképp a gyermekeket és az édesanyákat kell felvilágosítani.

Ezért is döntött úgy a dm, hogy CSR programjának középpontjába állítja a témát. A Garnier Ambre Solaire és a MelanomaMobil is a program mellé álltak, 2015-ben partnerként bekapcsolódott a programba a Katex Kft. és a Gróf Széchenyi Alapítvány is.

Az ovisoknak a dm minden évben kreatív pályázatot ír ki, idén a kicsiknek kreatív napvédelmi eszközöket kellett készíteniük, majd az erről készült fotóval nevezni a pályázatra.

Pályázni 2016. március 3.- április 14. között lehetett.

289 óvoda pályázott, a legjobbak közül sorsolással választottuk ki a győztest, a győztes ovi a székesfehérvári felsővárosi Óvoda Ybl Miklós lakótelepi tagóvodája lett, ők egy melanoma szűréssel egybekötött családi napot kaptak ajándékba májusban.

Valamennyi ovi naptej támogatást kapott, összesen 25 000 naptejet osztottunk szét, az oviknak kirakós puzzle-t és oktatóanyagot is eljuttattunk, amelyek segítségével játszva ismerkedhetnek meg a helyes napvédelem alapjaival.

Az óvodákkal közvetlen is kapcsolatba kerültünk, sok óvoda már várta a pályázatot, hiszen korábbi évben is pályázott.

A program nemcsak a szülők és óvodások figyelmét hívta fel a napvédelem fontosságára, a vásárlók a boltokban tájékoztató brosúrárt érhettek el. A dm üzleteiben lehetőség volt active beauty pontok adományozására, cserébe a dm egy köszönőajándékot is adott a vásárlóknak. A pontadományozás időszaka: 2016. április 28.- május 26. volt.

A szűkebb célcsoporton (óvodák, családok) kívül a program a széles médiajelenlétnek köszönhetően még több lehetséges érintetthez eljutott.

A program print megjelenései: Bors, Cosmopolitan, Éva Magazin, HelloBaby magazin, Kismama, Nők lapja, Nők lapja Évszakok

Online megjelenések: brandttrend.hu, culimamik.hu, femcafe.hu, femina.hu, nlcafe.hu

Rádió-megjelenések: Jazzy rádió

TV-s megjelenések: TV2 Tűsarok, TV2 Mokka

Saját dm-es felületeinken megjelenések: dm magazin, ab magazin, facebook, e-mail hírlevél, napgyermekei.hu

In-store megjelenés: A1 plakát, brosúra, infopult flash

A széles körű figyelemfelhívás és edukáció érdekében helyszíni aktivitásokat is szervezett a dm: UV-ellenőr road-showt indítottunk, a strandfürdőkben és a Balatonnál UV-ellenőrök járták a strandokat, s naptejet kínáltak a napozó családoknak, továbbá hasznos tanácsokkal látták el őket.

A látványos aktivitást a strandolók nagy örömmel fogadták, szívesen vették a tájékoztatást és az ajándékba kapott naptejet.

A programról a dm munkatársait is folyamatosan tájékoztattuk, hírlevelet küldtünk ki a program kezdetén, a pontot adományozó kollégák között nyereményjátékot hirdettünk, belső dolgozói magazinunkon és PR hírlevelünkön keresztül is hírt adtunk a pályázatról. Partnerünk, a MelanomaMobil a program ideje alatt munkahelyre kitelepített kedvezményes melanoma szűrést biztosított a kollégáknak.

1.3 Jótettekkel egy jobb világért

A dm 2016-ban hirdette meg először a helyi közösségeket segítő Jótettekkel egy jobb világért programot, amellyel helyi civil szervezetek munkáját akarta támogatni egy-egy konkrét projekt kapcsán. A dm idén 40 éves. Ennek apropóján egy CSR aktivitást bevezetve valamennyi dm-ország megkereste azokat a projekteket, amelyek helyben teszik jobbá környezetüket. A dm országos bolthálózatként abban a szerencsés helyzetben van, hogy valóban helyben, a helyi közösségeknek tud segítséget nyújtani akár önkéntes munkával, akár helyi adományozással, 2016-tól pedig ezzel a programmal is. Felhívásunkban olyan projekteket kerestünk, amelyek helyben teszik jobbá a világot, hiszen a problémák, megoldásra váró ügyek, rászoruló ott vannak a szomszédunkban, csak észre kell venni őket.

A pályázatokat az alábbi témakörökben vártuk:

- egészséges életmódra nevelést népszerűsítő programok támogatása
- szociálisan hátrányos helyzetben élő családok és gyermekek támogatása

- környezetvédelem, energiafelhasználás csökkentése, „zöld” energiaforrások fejlesztése, környezettudatos életmódra, szemléletre nevelés témakörében benyújtott programok támogatása
- állatvédelemmel kapcsolatos programok támogatása.

Pályázni 2016.04.28.05.31-ig lehetett online. A pályázatokat szakmai partnerünk, a Magyar Adományozói Fórum szűrte meg első körben a pályázati kritériumok alapján június 30-ig, 30 projektet választott ki ebben a körben.

Június 30-július 7-ig a dm dolgozói is szavazhattak arról, hogy ők mely projekteket támogatnák, így a dolgozók is még inkább magukénak érezhették a programot.

A dm dolgozók szavazatai alapján egy dm-es zsűri hozta meg a végső döntést a 10 nyertes projektről. A projektek 2017 januárig valósulnak meg.

A 10 nyertes projekt:

Napfogyatkozás Egyesület - Legyen a lelki egészség is egészség ügy!

Strázsa Tanya Szociális Szövetkezet - Strázsapróba, avagy út az önálló élethez - önállóvá válást segítő program értelmi fogyatékkal élő fiatalok és családjaik részére

Mozaik Közhasznú Egyesület az Autizmussal Élő Emberekért - Szülőtréningek autista gyerekek szülei számára

S.O.S. Krízis Alapítvány - Közösségi tér kialakítása az S.O.S. Krízis Alapítvány Családok Átmeneti Otthonában élő családok, gyermekek számára

Kaptárkő Természetvédelmi és Kulturális Egyesület - Közel a természethez

Gézengúz Alapítvány a Születési Károsultakért - „Baba-mama harmónia testnek és léleknek”

JÓL-LÉT Alapítvány - Találj magadra, találj társakat! Sérült gyermeket nevelő nők visszavezetése a társadalomba.

Gyöngybagolyvédelmi Alapítvány - "Száll a bagoly fészkére" Ökoterápia Program

Egy Csepp Figyelem Alapítvány - „Belevalók” ingyenes diabétesz oktatóprogram pedagógusoknak

Kompánia Alapítvány - Így jó nekünk! Programsorozat A Dominó Tanodát látogató hátrányos helyzetű gyerekek egészségtudatosságának fejlesztéséért

A pályázat lehetőségét a Magyar Adományozói Fórum segítségével is hirdettük, illetve pályázati portáloknak is eljuttattuk. A boltokban brosúrát helyeztünk ki a pályázati felhívással, a dm munkatársainak külön brosúrát készítettünk, amelyben a programról és részvételi lehetőségről tájékoztattuk őket. A munkatársakat szavazás formájában is bevontuk a programba, a pályázat honlapján szavazhattak a nekik tetsző projektekre.

A programhoz kapcsolódó média-megjelenések:

Print megjelenések: Bors magazin

Online megjelenések: nlcafe.hu

Saját felületek: dm honlap, e-mail hírlevél, ab magazin, dm magazin, www.dm-egyuttegymasert.hu

A Jótettekkel egy jobb világért program összhangban van a dm 2013 óta futó kezdeményezésével, amely során a dm munkatársai önkéntes munkájukkal segíthetnek civil szervezeteknek, helyi közösségeknek. A kollégák egyes győztes projekteknél is lehetőséget kapnak, hogy önkéntes munkájukkal segítsék a megvalósítást.

1.4. Mosolygó fogacskák

A Mosolygó fogacskák elnevezésű edukációs program célja, hogy felhívja a kisgyermekes szülők figyelmét arra, hogy a helyes fogápolás már az első tejfogak előbújásától kezdve kiemelten fontos. A programban szakmai partnerünk 2016-ban az Unilever Magyarország Kft.

A tejfogak ápolására hazánkban sajnos nem fordítunk kellő figyelmet, holott fontos szerepet játszanak a maradó fogak egészséges növekedésében. A magyar gyerekek nagy százalékának egészségtelenek a fogai, közülük is veszélyeztetettebbek a hátrányos helyzetben élő gyerek, így a dm negyedik éve szervezi meg az edukációs programot, hogy a helyes fogápolást minél több

család és pedagógus fontos ügynek tekintse. Mindehhez a dm kreatív pályázatot hív életre minden évben, s terméktámogatást nyújt.

A program indulásakor 1000 fogápolási csomagot adott át a dm Gyermekünk Egészséges Fogaiért alapítványon, és a Heim Pál Gyermekkórház Fejlesztéséért alapítványon keresztül oktatási intézmények számára, valamint az SOS Gyermekfaluban élő gyerekeknek. A programot a dm tovább bővítette, és a következő évtől pályázatot írt ki általános iskolásoknak, amely során 10000 db fogápolási csomagot osztott ki a cég a pályázók között, fődíjként fogászati szűrőbusz érkezett a nyertes osztályhoz. 2015-ben a dm fotópályázatot hirdetett, a pályázatot helyszíni aktivitás is kísérte már, Magyarország legegészségesebb mosolyú osztályát kerestük, fődíjként pedig egy iskolai szűrőbusz érkezett a nyerteshez, valamint egy osztálykirándulást is nyerhettek a pályázók a Minipolisz gyerekvárosba.

2016-ban tovább bővült a program, elkészítettük a [program dalát](#) az Iszkiri gyermekzenekar közreműködésével, a pályázat is ehhez kapcsolódik 2016-ban: a gyerekeknek ezt a dalt kell feldolgozni egy maximum 60 mp-es videóban, ahol a megvalósítást a gyerekek fantáziájára bízuk. Ismét 10 000 fogápolási csomagot lehet megnyerni, 2016-ban 10 fődíjast jutalmaz a dm egy egészségnappal a Minipolisz gyerekvárosban. Ennél a programnál is erős az edukációs vonal, annak is játékos formája. A pályázattal a gyerekeket sikerül bevonni és aktív részesévé tenni a programnak, a pályázat jó alkalom arra, hogy a pedagógusok beszélgessenek a témáról a gyerekekkel, a gyerekek a pályázatban saját ötleteiket valósíthatják meg. 2016-ban a program dala kis fogfigurák segítségével mutatja be, hogy mi történik a fogakkal, ha nem vigyázunk rájuk. Mindezt humoros formában, a dal szövegében a pozitív üzeneteken van a hangsúly. A gyerekek a dal feldolgozásakor többször is találkoznak a fogmosás fontosságával, a fogacska-figurákkal könnyen azonosulhatnak, miközben játékra hívnak a humoros rigmusok.

A pályázat időszaka 2016. 09.15-2016.10.12-ig tart, így a pályázat beadásakor még a beérkezett pályázatokról és az elért hatásról nem tudunk beszámolni. Az iskolákat direkt megkereséssel is felkérjük a részvételre, így 2016-ban is nagy érdeklődésre számíthatunk.

A program népszerűségét bizonyítja, hogy 2015-ben közel 8000 diákhoz juttattunk el fogápolási kezdőcsomagot, két nyertest sorsoltunk: a pályázaton nyertes egyik iskolában a csomagokat egy fogászati szűrővel egybekötött ünnepélyes átadó keretében adtuk át, 2015. november 17-én, Gödön. A nyertes a Gödi Németh László Általános iskola és Alapfokú Művészeti Iskola volt. A

másik iskola diákjai a Minipoliszban kapták meg a csomagokat, amikor az osztálykiránduláson részt vettek november 27-én. A nyertes a Kardos István Általános és Közgazdasági Szakközépiskola lett.

2016-ban a pályázók körét kibővítettük, elsős és másodikos diákok videó pályázatát is várjuk, a pályázatokat on-line formában lehet beadni szeptember közepétől egy űrlap kitöltésével a www.dm-egyuttegymasert.hu felületen. A pályázatokra idén a pályázati időszak után szavazni lehet ugyanezen a felületen, a legtöbb szavazatot kapó 10 osztály egészségnapot nyer a Minipolisz gyerekvárosban. A szavazással szeretnénk a pályázókat és a közönséget még inkább bevonni a programba, a vásárlókat matrica formájú szavazókártyákkal buzdítjuk szavazásra októberben.

A dm 2015 óta mini bolttal van jelen a Minipolisz gyerekvárosban, 2015-től ezen a helyszínen aktivitás is kapcsolódik a Mosolygó fogacskák programhoz: 4 hétvégén át látványos standdal fogadjuk a családokat 2016-ban is, ahol a program életnagyságú kabalafigurái is megjelennek, társasjátékokkal, Iszkiri koncerttel, fogápolási ajándékokkal várjuk a gyerekeket. 2016-ban a program a Minimax gyerekhajón is megjelenik, a gyerekeknek óriás társasjátékot is készítettünk fogápolási témában a helyszíni játékokhoz. Tapasztalataink szerint a családok örömmel fogadják a tájékoztatást és a játékos feladatokat is.

A programot pontadományozás is kíséri a boltokban, a pontot adományozó vásárlók 2016-ban egy egyedi, Fogas kalandok című foglalkoztató füzetet kaphatnak ajándékba, amely szintén az edukációs vonalat erősíti.

A dm munkatársait is folyamatosan tájékoztatjuk a programról belső hírlevélben, a belső dolgozói magazinban, a kollégáknak nyereményjátékot is hirdetünk, hogy még inkább bevonjuk őket a programba.

A program mellé 2016-ban is a célcsoporthoz igazított médiamixet készítettünk, hogy a program és a pályázat híre minél több családhoz eljusson.

Print megjelenések: Éva Kölyök, Nők Lapja Egészség, Fanní, Test és Lélek, Meglepetés, Egészségkalauz magazin, Bors magazin, Bors extra, HelloBaby magazin.

On-line megjelenések: cukimamik.hu, nlcafe.hu, Bors banner, femina.hu, femcafe.hu

TV-megjelenések: RTL Egészségkalauz, Minimax csatorna

Saját kiadványokban megjelenés: dm magazin, ab magazin, dolgozói magazin, e-mail hírlevél, dm betekintő

In-store megjelenés: A1 plakát, szavazókártya, infopult flash, dm app pontadományozás

Outdoor megjelenések: Tűzfal reklám (3 db) , Óriásplakát (6 db)

1.5. Egy nap másokért

Magyarországon több mint 60.000 civil szervezet működik. Ezek a szervezetek az anyagi gondokon kívül sokszor munkaerőhiányban szenvednek. Az önkéntes munka jelentősége és szerepe egyre nagyobb teret nyer, és a megváltozott gazdasági környezetben a támogatás ezen új formájával a vállalatok is egyre nagyobb számban élnek. A kölcsönös együttműködés e fajtájából mindkét fél sokat profitálhat, hiszen az önkéntes munkát vállaló munkatársak új tapasztalatokat szerezhetnek, tágul a látókörük, így személyiségük is fejlődik, ami munkájukra és munkakörnyezetükre is pozitív hatással lesz.

A munkatársak testi-lelki egyensúlyának megőrzése érdekében a dm igyekszik társadalmi szerepüket is erősíteni. Ennek érdekében indította az Egy nap másokért kampányát, amelyben egy munkanap erejéig önkéntes munkát lehet végezni. 2013-ban kiemelkedő eredményt ért el a cég, összesen 570 dolgozó, az összlétszám közel egyharmada élt ezzel a lehetőséggel.

Az Egy nap másokért kampány célja, hogy a dm Magyarország munkavállalói a munkaidejükből 1 napot arra fordítsanak, hogy országszerte, önkéntesen, gyakorlati tudásuk felhasználásával segítsenek civil szervezeteknek, közösségeknek. Országos hálózatként a dm-nek így lehetősége nyílt arra, hogy valóban ott tudjon segíteni, ahol arra szükség van.

A dm munkatársait egy belső intranetes felülettel segítjük a civil szervezetek megtalálásában, a szervezetek egy regisztrációs lap kitöltésével jelentkezhetnek vállalatunknál, majd bekerülnek az adatbázisunkba, ahonnan a munkatársaink választhatnak. A kollégáknak arra is lehetőségük van, hogy egy teljesen új szervezetet keressenek meg, és a szervezetet ajánlhatják is másoknak.

A résztvevőktől az élményeikről beszámolót is kérünk, ezekből kedvcsináló hírleveleket állítunk össze, hogy minél több kolléga kedvet kapjon.

A munkavállalóknak az önkéntes napot maguknak kell megszervezniük, a dm a lehetőséget adja meg a munkára, biztosít egy napot, de a kollégáknak kell az ügyért tenni.

A programnak köszönhetően sok civil szervezettel kapcsolatba került már a dm, sok szervezettel évek óta tartjuk a kapcsolatot, vannak visszatérő önkéntes-lehetőségek is. A már „bejártott” kapcsolatokon túl igyekszünk bővíteni azon szervezetek számát, akiknél önkéntes munkát végezhetnek munkatársaink, hírlevelekben hívjuk fel a figyelmet a lehetőségre, s a dm hivatalos honlapján is közzétettük ezt a lehetőséget.

2. Együtt a munkatársakkal

A dm CSR programjai után a dm társadalmi felelősségvállalásának egy másik területét szeretnénk bemutatni: a cég Vállalati Társadalmi Felelősségvállalás stratégiájának is egyik kiemelt területe a munkahely és a család összeegyeztetése.

A dm nagy hangsúlyt fektet arra, hogy dolgozói elégedettek legyenek, megbecsülve érezzék magukat, kellemes munkahelyi légkörben végezhesék munkájukat.

A vezetők szakmai feladataik mellett nagy figyelmet fordítanak a vezetői készségek fejlesztésére. A munkatársak lojálisak, és azonosulni tudnak a dm filozófiájával, rendkívül nyitottak és jól képzettek, hiszen különféle szakmai, személyiségfejlesztési, vezetői képzés és speciális, eladási technikákat átadó belső tréning keretében fejlesztik őket.

A rendszeresen elvégzett Dolgozói Elégedettség Felmérés keretében kapott visszajelzések beépülnek a mindennapokba. A cég szerepet vállal a duális képzésben, így a fiatalok számára vonzóvá teszi a kereskedelmi pályát.

A dm háromévente nemzetközi szinten végez munkatársai körében Dolgozói Elégedettségi Felmérést. A legutóbbit éppen 2016-ban készítettük, ahol a 12 európai ország között a magyar dm ismét kimagaslóan pozitív megítélést kapott munkavállalóitól, még a 2013-as eredményeknél is jobbat.

A munkatársak 95%-a tartja a magyarországi dm-et nagyon jó, korrekt, stabil munkahelynek, büszkéek arra, hogy a drogéria-hálózatnál dolgozhatnak, és szeretnének még évek múlva is a cég alkalmazottai lenni.

A dm saját kollégáinak elismerésén túl több munkáltatói díjjal is büszkélkedhet.

2015-ben a második alkalommal nyerte el a dm a Családbarát címet, a dm célja olyan feltételek és lehetőségek biztosítása minden munkavállalójának, hogy képesek legyenek hatékonyan és stressz-mentesen helyt állni a munkahelyen és a magánéletben egyaránt, ezáltal megteremtve a munka-magánélet egyensúlyát. A cég szervezeti kultúrájának egyik legnagyobb erénye, hogy minden területen törekszik ennek a fenntartására, annak érdekében, hogy a családra, a gyermekekre is jusson ideje a munkavállalóknak. A dm-nél foglalkoztatott munkavállalók közül jelenleg is több mint 200 fő van gyermekével otthon, s a dolgozók közel kétezer gyermeket nevelnek. A kisgyermekes nők számára részmunkaidős foglalkoztatást biztosít a dm.

Számos családbarát intézkedés is támogatja a munkavállalókat. A dm-nél a Cafeteria rendszer sokrétű lehetőséget kínál a dolgozóknak, mindenki megtalálhatja a magának, s családjának a számára legideálisabb juttatási formát. A gyermekes családoknak iskolakezdési támogatást biztosít a dm, s emellett egészségügyi szűréseken is részt lehet venni. Cél, hogy a cég a családbarát intézkedésekkel olyan megoldásokat nyújtson, hogy az egyéni élethelyzetek sokféleségét is figyelembe tudja venni.

A dm 2016-ban 2015 után másodszor nyerte el a Legvonzóbb munkaadó címet a Randstad Award hazai felmérése alapján kiskereskedelem kategóriában.

2015-ben a Legjobb Munkahely díjat is elnyerte a dm az Aon Hewitt Magyarország által meghirdetett Legjobb Munkahely díj pályázaton - nagyvállalati kategóriában. A dm munkatársainak 90 százaléka pozitívan nyilatkozott a cégről és nyugodt szívvel ajánlja ismerőseinek. A kollégák lojalitását bizonyítja, hogy a válaszadók 83%-a szeretne hosszabb távon a vállalatnál dolgozni.

A dm 2015-ben munkáltatói videókat is készített, hogy bemutassa, milyen a piacvezető drogériánál dolgozni, milyen csapat áll egy-egy termék, szolgáltatás mögött. Az Aon Hewitt 2015-ben Munkahelyi Videokampány versenyt hirdetett, a zsűri legőszintébb videó különdíj kategóriájának győztese 2015-ben a dm Kft. lett

3. Együtt a vásárlókkal

A dm nagy figyelmet fordít arra, hogy a vásárlókkal közösséget alkosson, így megteremtve a lehetőséget arra, hogy vásárlók fogyasztási szokásait, és ezen keresztül életminőségét is javítani tudja a drogéria. A cég ezt a törekvését csak akkor tudja megvalósítani, amennyiben azonosul fogyasztóinak valódi igényével. A dm hisz abban, hogy a vásárlókkal így olyan egységet tudnak

alkotni, amely egyedülálló a kereskedelemben. Célja ezzel nemcsak az, hogy megkülönböztesse magát versenytársaktól, hanem, hogy példamutatásával megreformálja a piacot is. A magas minőségű kiszolgálás fejlesztése érdekében bolti munkatársak folyamatosan továbbképzéseken vesznek részt, illetve tevékenységüket tesztvásárlásokkal is segíti a dm, 2016-ban a dm saját ügyfélszolgálatot indított.

4. Együtt a partnerekkel

A dm célja, hogy partnereivel minőségi kapcsolatot alakítson ki és tartson fenn hosszú távon, annak érdekében, hogy a lehető legjobb közös eredményt éri el. A cég szervezeten kívül és belül is törekszik arra, hogy a partnerekkel folytatott párbeszéd, a részükre átadott információk elősegítsék az együttműködést, a partneri viszony fenntartását. Nemcsak gazdasági szervezetekkel, hanem érdekképviselőkkel és társadalmi intézményekkel is intenzív kapcsolatot ápol a dm, így teret engedve annak, hogy a dm közösségformáló hatása érvényesülni tudjon. A dm társadalmi felelősségvállalási programjaiba is igyekszik bevonni partnereit. A dm 2015-ben és 2016-ban is megrendezte Jótékonyági focitornáját, amelyre beszállító partnereit is meghívta. A nevezési díjából befolyt összeget a dm jótékony célra fordította: 2015-ben 2,7 millió forint gyűlt össze, amelyet a Heim Pál Gyermekkórház fejlesztéséért Alapítvány, és a Tégy a Pető Intézet Gyermekeiért Alapítvány kapott. 2016-ban 3 millió forinttal támogatták a csapatok a koraszülött-mentésben úttörő szerepet vállaló Peter Cerny Alapítványt.

5. Együtt a környezetért - vállunkon a felelősség

A dm Kft-nek felelős nagyvállalatként kiemelt szerepe van a környezet formálásában, ezért mindig is nagy figyelmet fordított a környezetvédelemre. Környezetvédelmi stratégiánk részeként a dm üzletek polcain egyre szélesebb körben találhatóak az ökológiailag lebomló és natúr termékek.

A környezettudatos vállalati működés során raktárainkban különös figyelmet fordítunk a lég- és zajszennyezés minimalizálására, és a gazdaságos vízfelhasználásra. Azt tapasztaljuk, hogy vásárlóink egyre nagyobb számban érdeklődnek is a környezetbarát termékek iránt. A vállalat vállalja, hogy felelős magatartással tartozik a társadalomnak, így a jövőben is ezen az úton halad majd tovább.

A vállalat a fenntartható fejlődés egyik alapelvét, a környezettudatosságot fontosnak tartva nemzetközileg igyekszik vásárlóinak háztartási hulladékait is csökkenteni.

2011 októberétől kétlépcsős programja keretében törekszik arra, hogy vásárlói a környezetszennyező nejlontáska helyett többször használatos pamuttáskában vigyék haza

termékeiket. Az elhasználódott táskákat szimbolikus 1 forintért újra cseréli a dm. További újítás, hogy törzsvásárlói programjának keretein belül, szezonálisan nagy teherbírású műanyag táskákat kínál vásárlóinak. A „Vállamon a felelősség” program bevezetése óta a nem környezetbarát nejlontású táskák használatát sikerült a tizedére csökkenteni.

A dm raktárainkban szelektíven gyűjtik a hulladékot, így külön-külön gyűjtőbe kerül a kommunális, a termékek csomagolásaként fennmaradó papír, és a raklapok összeállításánál használt fólia is. Annak érdekében, hogy kevesebb hulladékot termeljen, a papír és fóliahulladékot tömöríti, értékesíti, amelyeket később újra felhasznál a cég. A sérült, selejt árut, amely kisebb esztétikai hibák miatt már nem kerülhet a boltok polcaira, igyekeznek a megsemmisítés helyett hasznosítani.

A dm 2016-ban a marketingtevékenysége során használt közterületi építési hálókat a megsemmisítés helyett jótékony célra ajánlotta fel, pl. állatmenhelyek számára, ahol árnyékolóként funkcionáltak tovább.

A dm szortimentjét tekintve is mindig úttörő volt a natúr és környezetbarát termékek bevezetésében, a fogyasztók egyre kritikusabbak a termékek összetevőit illetően, és előnyben részesítik az ökológiailag semleges alapanyagokat.

A dm többszörösen kitüntetett alverde termékcsaládjának tagjai nem tartalmaznak: szintetikus tartósítószer, illatanyagot, színezéket, állati eredetű*, és ásványi olaj alapú összetevőket. *Kivéve kárminok, méhviasz, selyemprotein és gyöngy kivonat. A felhasznált összetevők kiválasztásánál előnyben részesítik az ellenőrzött ökológiai gazdálkodásból származó alapanyagokat. A natúrkozmetikumok előállítását gondosan válogatott alapanyagokból történik. Ezzel óvja a környezetet és természeti erőforrásokat.

2015 áprilisában vezettük be a 25. dm márkáját, a dmBio-t az üzletek polcaira, a termékcsaláddal egy újabb mérföldkövet könyvelhettünk el organikus termékek népszerűsítő történetünkben.

6. Szakmai díjak

A vállalat kereskedelmi működését az évek során több szakmai díjjal is elismerték. A céget munkáltatói magatartásáért és CSR tevékenységeiért is kitüntették az elmúlt években.

A dm 2015-ben elnyerte a családbarát címet, 2007-ben legjobb női munkahely címet, 2015-ben és 2016-ban pedig a Randstad Award Legvonzóbb munkaadó díját, ami igazolása annak a

cégfilozófiának, amelynek értelmében a dm-nél az ember áll a középpontban, és ez nem csak vásárlóira, hanem munkavállalóira, és partnereire is vonatkozik.

2015-ben a dm elnyerte az Aon Hewitt Magyarország által meghirdetett Legjobb Munkahely díjat - nagyvállalati kategóriában. A dm drogéria CSR tevékenységét 2014-ben a Magyar Adományozói Fórum a Felelős Támogató Védjeggyel tüntette ki. A Nap gyermekei program pedig elnyerte a CSR Hungary 2014 díjat, a Mosolygó fogacskák program a CSR Hungary 2015 díjat.

A 3 Jó Cselekedet pályázaton 2015-ben a dm a legkreatívabb jó cselekedet kategóriában győzött a Nap gyermekei kampánnyal, a Mosolygó fogacskák programmal pedig különdíjat nyert a drogéria a legnagyobb jó cselekedet kategóriában.