



„dm топ 10“:

**2020 – в условията на световна пандемия
здравето и хигиената придобиват значение,
но красотата остава важна**

***За първи път бебешки и био храни
влязоха в класацията „dm топ 10“***

***Компанията предложи на българките
козметика от корейския бранд Missha***

София, 12 ноември 2020 г. Здравето вече е толкова важно за българина, колкото и красотата. През изминалата година наред с тотални хитове в сектора на декоративната козметика като спирали за очи, сред най-продаваните продукти във водещата верига за търговия с дрогерийни стоки у нас – dm, бяха и био храни, храни за бебето, дезинфекциращи гелове и предпазни маски. Това показва новото издание на класацията „dm топ 10“ за периода 01 октомври 2019 г. – 30 септември 2020 г.

В една динамична година, която накара хората да променят навиците си на пазаруване, декоративната козметика за очи остана №1 при покупките на дрогерийни стоки. Най-купуваният продукт от категория „Декоративна козметика“ през 2020 г. е на цена 9-11 лева. Присъствието на спирали за магнетичен поглед на 1-во и 8-мо място в рейтинга категорично показва, че независимо от предизвикателствата на времето, българката държи на външния си вид.

Днес, освен красотата, изключително важно е и здравето. Затова и в класацията сериозно присъствие имат дезинфекциращите гелове за ръце, които са на 2-ро място, предпазните маски за лице – на 3-та позиция и влажните кърпички за дезинфекция, които са №7.

Отново с грижата за здравето се обяснява и влизането в класацията на био храни, което се случва за първи път от създаването на популярния рейтинг на dm България. До сега тези продукти оставаха извън топ 10, но благодарение на постоянно растящия интерес към здравословния начин на живот, тази година на 9-та и 10-та позиция са био комбиотик мляко за кърмачета на цена 32-35 лева и био кокосово масло dmBio в разфасовка от 300 мл. на цена 7-9 лева.

Класацията „dm топ 10“ се изготвя за пета поредна година по показателя оборот от водещата верига за търговия с дрогерийни стоки у нас, която има 87 магазина в 27 града в България към дата 30.09.2020. Целта на „dm топ 10“ е да информира клиентите кои са най-популярните продукти и каква е тяхната средна продажна стойност. Затова и в класацията не се споменават марки, а само основни характеристики на победителите в отделните категории.



Като отговорна компания, която подкрепя устойчивото развитие и потребление, през 2020 година dm разшири асортимента си с продукти, помагащи опазването на природата като четки за грим и гребени от бамбук, бамбукови сламки за пиене и еко самобръсначки. dm прекрати и използването на найлонови торбички, като ги замени с хартиени и вискозни за многократна употреба, и активно въвежда рециклируеми опаковки при собствените си марки.

dm обогати асортимента си и с хитовата корейска козметика Missha, която повече от 20 години покорява дамите в целия свят с безкомпромисното си качество. Тайната на продуктите Missha се крие в техния състав - освен уникални растения и билкови екстракти, в производството се прилагат и нетрадиционни съставки като плодови киселини, активен въглен, женшен, природни масла или екстракти от морски растения.

Спиралата за очи е №1 в класацията

Най-продаваният продукт през миналата година по показателя оборот е спирала за очи на цена 9-11 лева. Тя придава мега обем на миглите като ги повдига и ги разперва като криле на пеперуда, за да се създаде ефект на ветрило. Благодарение на специалната четка, спиралата не причинява излишно наслояване и сплъстяване, което прави погледа ефирен и омагьосващ.

В новото издание на класацията „dm топ 10“ присъства още един продукт от категория „Декоративна козметика“. На 8-мо място е спирала за очи на средна цена 18-20 лева. Тя създава ефект на изкуствени мигли като перфектно ги извива, придава им максимални обем и дължина и идеално разделя всяка мигла.

6 от 10-те най-продавани продукти са за здравето и хигиената

Променената обстановка доведе и до чувствителна промяна в търсенето на хората. През 2020 година здравето стана топ приоритет и затова хората търсеха продукти за дезинфекция и лична хигиена. Такива са 6 от 10-те топ артикула в класацията.

Разбира се, с най-предно класиране – на 2-ро място, е дезинфекциращ гел за ръце с обем 60 мл на цена 2,5-3,5 лева. Веднага след него се нарежда маска за лице за многократна употреба на цена 2-4 лева. Друг продукт за дезинфекция, който присъства в класацията, са специални влажни кърпи Denkmüt за дезинфекция на повърхности в опаковка от 40 броя на цена 2,5-3,5 лева, които са на 7-ма позиция.

Сред продуктите за лична хигиена с най-предно класиране, на 4-о място, е тоалетна хартия в опаковка от 10 рула на цена около 6-8 лева. Тя е следвана от течен препарат за пране в опаковка от 3 литра за 60 пранета на средна цена 16-18 лева. На 6-та позиция се нарежда отново продукт за лична хигиена – вода за уста със силен ментов аромат и цена 8-10 лева.

Био храните влязоха в „dm топ 10“



За първи път от създаването на класацията „dm топ 10“ в нея влизат хранителни продукти. На 9-то място е био комбиотик мляко за кърмачета в опаковки от 800 грама на цена 32-35 лева. То е следвано от био кокосово масло от собствената марка dmBio на цена 7-9 лева.

Присъствието на два био хранителни продукта в класацията показва, че хората все повече възприемат магазините на dm като място, където могат да открият качествени сертифицирани био храни с гарантиран произход на добри цени. Затова и според данните на компанията, в нейните магазини все по-често влизат клиенти, които се стремят да живеят и да се хранят здравословно.

Био и натуралните продукти са с близо 30% ръст на оборота

Интересът към био и натуралните продукти непрекъснато расте и dm отчита ръст на оборота в тези категории. Така например, продуктите на dm марката dmBio отбелязват ръст от близо 30% в оборота спрямо предходната финансова година. Това доказва, че хората са все по-информирани и са много по-взискателни към храната, която слагат на масата и че все повече българи се стремят да се хранят здравословно с чисти продукти с доказан произход. Много важно е и че био- и натуралните продукти стават все по-достъпни. Това не се отнася единствено до цената, но и за възможността хората да купят и тестват такива продукти, за което помага и постоянното развитие на мрежата от магазини на dm.

С цел да отговори на промените в търсенето на хората, през миналата година dm разшири и асортимента си от био храни, основно от собствената марка dmBio, които са все по-търсени и харесвани. Продължи и обогатяването на линиите сертифицирана натурална козметика, най-вече от dm бранда alverde, който е все по-популярен сред модерните хора.

В резултат на устойчивата си политика за подкрепа и популяризиране на здравословния начин на живот, към момента dm предлага в България повече от 1000 продукта био храни и сертифицирана натурална козметика. За още по-голямо удобство при пазаруването, във всички магазини са обособени специални сектори за био храни, а където е възможно – и за натурална козметика. В този сегмент най-търсени са продуктите от dm марката alverde като хората оценяват доброто съотношение цена-качество при собствените брандове на компанията. Срещу разумен бюджет те получават продукти от висок клас, които са произведени основно в Германия. Освен това, dm марките се тестват от независими сертификационни институти, производството им е щадящо околната среда и не се изпитват върху животни. Тези предимства са високо ценени навсякъде, където dm има магазини и неслучайно alverde е най-продаваната марка сертифицирана натурална козметика в Германия.



Таблица 1: Класацията „dm топ 10“ на най-купуваните категории стоки за 2019/2020 г. по оборот

№	Категория	Топ артикул	Ценови диапазон
1	Декоративна козметика	Спирала за обем и удължаване на миглите	9-11 лв.
2	Дезинфекция	Дезинфекциращ гел за ръце, 60 мл	2,5-3,5 лв.
3	Средства за лична хигиена	Предпазна маска за многократна употреба	2-4 лв.
4	Хартия	Sanft&Sicher Тоалетна хартия 3-пластова, 10 броя	6-8 лв.
5	Универсални перилни препарати	Гел за цветно пране, 3 л за 60 пранета	16-18 лв.
6	Устна хигиена	Вода за уста Coolmint, 1 л	8-10 лв.
7	Почистване на дома	Denkmit Влажни кърпи за дезинфекция на повърхности, 40 бр.	2,5-3,5 лв.
8	Декоративна козметика	Спирала за обем и удължаване на миглите	18-20 лв.
9	Бебешки храни	Био комбиотик мляко за кърмачета, 800 г	32-35 лв.
10	Био храни	dmBio Кокосово масло, 300 мл	7-9 лв.

dm променя асортимента си в „зелена“ посока

През изминалата година основен фокус в дейността на dm беше „зелената“ промяна и подкрепата за устойчивото развитие на асортимента. При надграждането на асортимента dm се фокусира все повече върху устойчиви съставки и опаковки, щадящи природните ресурси като прилага това първо при продуктите от собствените dm марки. Например, при новите серии за грижа на dm марката Valea се залага на съставки с естествен произход, без съдържание на микропластмаса и без водоразтворими чисто синтетични полимери, парабени и силикони. При опаковките на шампоаните и душ гелове се преминава постепенно към производство на 100% от рециклиран материал. Продукти без съдържание на пластмаса като твърд душ гел или твърд шампоан присъстват все повече като алтернатива в асортимента.

Възможността за рециклиране на материалите е също важна тема при продуктовото развитие. Затова и опаковките за кремове, шампоаните и душ гелове се изработват с все по-голямо съдържание на рециклирани материали и самите те са рециклируеми. Целта на компанията е до 2025 г. 90% от опаковките да бъдат годни за рециклиране, а поне 70% да се рециклират до материал със същите качества. Бяха въведени и редица алтернативи на продукти, изискващи пластмасова опаковка като твърд душ гел или твърд шампоан, които могат да бъдат опаковани в хартия или друг щадящ природата материал.



Бамбукови сламки и паста за зъби в стъклени буркани пазят планетата

От дълго време стратегията на dm е да предприема много последователни стъпки, за да направи асортимента си по-екологичен. Затова и голям дял заемат артикулите, изработени от бамбук, който е бързо възстановяващ се източник на суровини. В тази категория влизат бамбукови сламки, клечки за зъби, четки за грим и гребени. Компанията предложи и пасти за зъби в рециклируеми опаковки и в стъклени бурканчета.

По отношение на продуктите за коса и тяло dm допринася за опазването на природата като стимулира използването на твърди шампоани и на душ гелове на таблетки или в твърда форма. В този сегмент много интересен е и продуктът, заместващ гъбата за баня. Това е торбичка за твърд душ гел или сапун, която е изработена от коноп, памук и вискоза. С нея не е необходима честа смяна на гъбата, а само на съдържанието на торбичката, която може и да се пере.

Пелени за многократна употреба и медицинска козметика са новостите в сектор „Бебе“

От 2021 година dm ще предложи на клиентите си в България и бебешки пелени за многократна употреба. Целта е намаляване на използването на еднократните пелени, които са един от големите замърсители на природата. Новост са и детските съдове за хранене с високо съдържание на целулоза, които са 100% рециклируеми. Освен това те са много удобни за ползване, тъй като са леки и могат да се почистват в съдомиялна машина.

В сегмента на грижата за бебето dm предложи и подобрени артикули медицинска козметика за най-малките. Така всяка майка може да открие в любимия си магазин продукти за грижата за нежната бебешка кожа и от този сегмент.

Missha и Ariul – азиатска козметика, специално в dm

dm продължи да разширява асортимента си от популярната в момента азиатска козметика. През тази година компанията представи серия продукти на две нови за асортимента си марки - Missha и Ariul. Според изкушените от новостите в козметиката, Missha е модерната стъпка в ежедневната грижа за кожата. Продуктите на корейската марка са изработени от изключителни натурални съставки с минимално или никакво съдържание на консерванти и синтетични съставки, благодарение на което правят кожата красива и сияйна като на азиатските топ модели. За да направи тази красота достъпна и за българките, dm предложи широка гама от продукти като BB-кремове, грим и почистващи продукти, декоративна козметика и козметика за коса.

Тайната в ефективността на продуктите Missha се крие в техния състав. Освен уникални растения и билкови екстракти, в производството са прилагани и изцяло нетрадиционни компоненти като плодови киселини, активен въглен, женшен, природни масла или екстракти от морски растения. Всички продукти се подлагат на продължително тестване и научни проучвания, така че да гарантират 100% сигурност и ефикасност.



Пазаруването в dm вече е „трайно изгодно“

От август 2020 г. dm въведе стратегия на дълготрайни цени за всички свои магазини „Трайно изгодно“, с която поема ангажимент да не увеличава цените на стоките за период от минимум 4 месеца. Така, вместо при краткотрайни намаления, клиентите на dm пазаруват на трайно изгодни цени при чудесно съотношение цена - качество. В центъра на ценовата стратегия на трайно изгодните цени стои интересът на потребителите, техните потребности и нужди, като така те пазаруват любимите си продукти достъпно и за дълго време. Тази ценова стратегия се прилага успешно от години в 9 държави, сред които Германия, Австрия, Унгария, Чехия и Словакия. Концепцията е създадена от Гьотц Вернер, основателят на dm, съвместно с потребителското сдружение „Инициатива на критичните потребители“ в Германия – една от най-големите организации за защита на потребителя в Европа.

Във връзка с новото издание на класацията „dm топ 10“ и разширяването на асортимента на компанията Цонка Иванова-Терзиева, управител на dm България, заяви: „Новото издание на класацията ни „dm топ 10“ показва, че за българите здравето вече е толкова важно, колкото и красотата. Ние сме щастливи, че хората разчитат на нас не само за покупка на любимата си декоративна козметика, но и приемат магазините на dm като място, където могат да открият огромно разнообразие от био храни, сертифицирана натурална козметика и щадящи планетата стоки. За нас е много важно и че в тези, изпълнени с предизвикателства времена, успяхме бързо да отговорим на търсенето на хората, осигурихме продукти за дезинфекция и така помогнахме на милиони българи да защитят себе си и близките си.“



За dm drogeriemarkt и dm България

dm drogeriemarkt принадлежи към най-големите вериги дрогерии в Централна и Източна Европа. Първият магазин е отворен през 1973 г. в Карлсруе, Германия, а първият филиал в Австрия – през 1976 г. в град Линц. Централата на групата се намира в Залцбург, Австрия. Днес dm е представен в 13 страни в Европа.

dm България се присъединява към групата на 29 януари 2009 г. с първия си магазин за дрогерийни стоки в град Видин. Към днешна дата филиалната мрежа се състои от 88 магазина в 27 града в страната, а служителите на компанията са близо 800. Асортиментът на dm обхваща над 14 000 дрогерийни стоки като изключително голям брой козметични продукти, парфюмерия, стоки за дома, храна за домашни любимци, бебешки продукти и много други. Многообразният асортимент е допълнен и от 30 собствени марки на dm, като най-популярни между тях са: Balea, babylove, alverde, Dontodent, Denkmit, Profissimo и dmBio. В магазините за дрогерийни стоки на dm България не се предлагат лекарствени продукти и медицински изделия.

Целта на dm е да изгражда компания, отговаряща на потребностите на клиента, да е надежден и коректен партньор, да предлага на служителите си възможности за развитие. Затова dm поставя човека в центъра на своята дейност – като клиент, служител или партньор. „Тук съм човек, тук пазарувам“.

За повече информация:

Добромир Стоянов
Мениджър клиенти
Grozdanov Communications Consulting

Тел.: 02 865 42 61
GSM: 0889 919 364
E-mail: d.stoyanov@grozdanov.net