

PRŮZKUM

Šetrná drogerie je důležitá pro tři čtvrtiny Čechů. Produktům ohleduplným k životnímu prostředí důvěřují, více než polovina si za ně neváhá připlatit

České Budějovice, 01. 08. 2022 – Většina Čechů se domnívá, že u produktů, které lze zakoupit v drogeriích, je důležité dbát na ohleduplnost k životnímu prostředí. Vyplývá to z nejnovějšího průzkumu společnosti dm drogerie markt. Po ekologickém produktu sáhne alespoň občas nebo i častěji téměř 70 % lidí. Jejich nákupní chování se přitom změnilo zejména v posledním roce.

Češi u nákupu z převážné většiny uvažují nad environmentálními dopady produktů. Tři čtvrtiny respondentů se domnívají, že je u drogistických výrobků důležité dbát na ohleduplnost k životnímu prostředí a na stopu, kterou na planetě zanechávají. Opačný názor má pouze jedna desetina dotázaných. Odkrývá to průzkum, jenž pro společnost dm drogerie markt zpracovala agentura STEM/MARK.

Celá pětina osob dále uvedla, že produkty šetrné k životnímu prostředí nakupuje často, dalších 49 % pak alespoň občas. Zájem o tyto výrobky přitom u Čechů roste zejména v poslední době. Více než polovina dotázaných totiž uvedla, že v letech 2021 a 2022 dbala na nákup šetrných drogistických produktů více než v předchozích letech. „Společnost dm vnímá stále sílící požadavky zákazníků na nabídku zelených produktů, a proto své portfolio neustále rozšiřuje. V prodejnách jsme již v roce 2018 zavedli takzvané zelené cenovky, podle nichž se mohou zákazníci snadněji orientovat. Naši nabídku také neustále rozšiřujeme o produkty, které jsou šetrné k životnímu prostředí,“ komentuje Jiří Peroutka, manažer komunikace dm drogerie markt. Právě tato společnost považuje udržitelnost a ohleduplnost k přírodě za součást své filozofie.

Zkušenosti lidí jsou převážně pozitivní, šetrné výrobky častěji nakupují ženy

Stejně vysoká jako ochota si produkty šetrné k životnímu prostředí kupovat je i důvěra lidí v ně, což potvrdilo hned 73 % dotázaných. Necelá jedna pětina lidí naopak v neutrální dopady na planetu u těchto výrobků nevěří. „Výrobci by se proto měli snažit zákazníky o procesu výroby svého zboží co nejlépe informovat. V dm například pomocí symbolu čtyřlístku přímo na obalu produktu jasně deklarujeme to, čím je ohleduplný k přírodě, ať jsou to použité suroviny, či například obal z recyklovaného papíru,“ dodává Peroutka.

Špatnou zkušenost má s šetrnými produkty jen desetina lidí. Polovinu z nich zklamal hlavně slabý nebo nulový účinek, pro 13 % jedinců je zklamáním vysoká cena. „Je však nutné zdůraznit, že například u přírodní kosmetiky se účinek oproti konvenční kosmetice dostaví až po delší době, zato je dlouhodobější,“ upozorňuje Michaela Zikmundová, manažerka sortimentu dm drogerie markt.

Průzkum dále ukázal, že více než třetina respondentů není příliš ochotna si za udržitelné produkty připlatit. Podstatně větší části dotázaných (60 %) však do produktů šetrných k životnímu prostředí nevdají investovat více peněz. Převažují mezi nimi zejména mladší lidé, pro které je téma životního prostředí velmi důležité.¹

Udržitelným produktům jsou dle průzkumu kromě mladší generace obecně více nakloněny ženy. Právě ony také častěji tyto typy produktů nakupují a mají o nich lepší povědomí. Zatímco více než polovina lidí si vybaví zejména šetrné produkty značek Nivea, Frosch a alverde, ženy jmenovaly častěji než muži rovněž značky Tierra Verde, Weleda či Pro Climate, produktovou řadu dm drogerie markt. „Řadu Pro Climate, která je nejen klimaticky neutrální, ale i neutrální k životnímu prostředí, jsme na trh uvedli teprve minulý rok. O to více nás těší, že se již etablovala v povědomí zájemců o šetrné drogistické zboží,“ uzavírá Peroutka.

Průzkumu se zúčastnilo celkem 1 010 lidí ve věku 15–60 let.

Sortiment produktové řady Pro Climate je dostupný na dm.cz/proclimate.

Více námětů pro trvalou udržitelnost naleznete na stránce dm.cz/udrzitelnost.

O společnosti dm drogerie markt Česká republika

Společnost 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 246 prodejen zásobuje po celé České republice z logistických center v Jihlavě a Divišově. Jednatelkami společnosti jsou Martina Horká a Markéta Kajabová. Celkem v dm pracuje 3 855 spolupracovníků. V obchodním roce 2020/2021 vykázala dm v České republice obrát ve výši 12,39 mld. CZK a upevnila tak své postavení jedničky na trhu specializovaných drogerií. Na trh uvádí mimo jiné dm značky Balea, alverde přírodní kosmetika, babylove, Mivolis, Denkmít, SUNDANCE, Visiobox, dmBio, trend IT UP, SEINZ. či nejnovější Ivorell a Legstra.

Tiskové zprávy a fotografie v tiskové kvalitě společnosti dm naleznete v dm.presscentru.

V případě zájmu o další informace kontaktujte:

Ing. Jiří Peroutka, manažer komunikace dm

T +420 387 748-220

M +420 739 531-696

jiri.peroutka@dm.cz

www.dm.cz

www.facebook.com/dm.cesko

¹ <https://www.pewresearch.org/science/2021/05/26/gen-z-millennials-stand-out-for-climate-change-activism-social-media-engagement-with-issue/>