

TISKOVÁ ZPRÁVA

Aktuální průzkum dm drogerie markt

Ženy se kvůli covidu méně líčí, zanedbávají i čištění pleti. Jen krémy však v péči o pleť nestačí

České Budějovice, 9. 3. 2021 – Lednový průzkum společnosti dm drogerie markt odhalil, že ženy během pandemie covidu-19 omezily líčení. Méně se líčí 24 % žen, 11 % s líčením přestalo úplně. Naproti tomu na péči o pleť ženy nezapomínají, stejně nebo více nyní o svou pleť pečují 73 % z nich. Používají hlavně denní a noční krémy, méně však využívají odličovací přípravky či tonika. To se týká především starších žen. Samotné krémy však nejsou dostatečnou péčí. Domněnka, že při absenci líčení není odličování pleti potřeba, je však mýtem. Odličování a čištění je naopak zcela zásadním krokem správné péče o pleť obličeje.

Čtvrtina žen se během pandemie méně líčí, pětina více pečuje o pleť

Pandemie onemocnění covid-19 přinesla řadu změn v životním stylu mnoha žen, a to včetně péče o zevnějšek. Například svoje návyky v líčení změnily skoro dvě pětiny žen, péči o pleť jako takovou upravila třetina žen. Vyplývá to z průzkumu, který pro společnost dm drogerie během letošního ledna provedla agentura STEM/MARK mezi ženami od 25 do 60 let. Průzkumu se zúčastnilo celkem 506 respondentek.

Výsledky ukázaly, že podstatná část žen během pandemie omezila líčení – skoro čtvrtina se líčí znatelně méně, 11 % žen se líčit přestalo úplně. Naproti tomu 3 % žen se začala líčit více, většinou pod vlivem tutoriálů a blogů, na které měly více času. Celkovou péči o pleť ovšem ženy neomezily. Zhruba pětina o svou pleť dokonce pečuje více než před pandemií, 52 % pokračuje v pravidelné péči stejně jako před covidem. Důkladnější péči se věnují mladší ženy od 25 do 29 let, ty o svou pleť nyní více pečují hned v 36 % případů. Ženy ve věku 45 až 60 let své návyky v péči nijak výrazně nezměnily, více se jich o pleť obličeje stará jen 14 %.

Odličování patří k péči, i když ženy make-up nenosí. Krémy samy o sobě nestačí

Desetina žen pečuje o svoji pleť více než před pandemií a zároveň se méně líčí. Tomu odpovídají i nákupní trendy: Dekorativní kosmetiku třetina žen nakupuje méně než před covidem, 9 % ji přestalo kupovat úplně. U pečující kosmetiky nebyl pokles nákupů tak výrazný, omezilo ji asi 18 % žen. „Naše prodejní data ukazují pokles v kategoriích čisticích pleťových přípravků – tedy tonik, čisticích vod, odličovacích ubrousků a podobně. To velmi pravděpodobně souvisí s menším používáním dekorativní kosmetiky. Ženy se méně líčí, a tudíž i méně odličují,“ uvádí Jiří Peroutka, manažer komunikace dm drogerie markt.

To, že si ženy spojují čištění pleti s líčením a odličováním, je však velký mýtus a omyl. „Mnoho žen si říká: ‚Když nejsem nalíčena, nemusím nic čistit‘, a nanese na pleť rovnou krém. Maximálně si obličej omyjí vodou, někdy i mýdlem, a netuší, že takto jejich pleť trpí. Základ kvalitně pěstěné pleti je trojkombinace: čištění – sérum – krém. Bez čištění se sérum ani krém nedostanou tam, kam správně mají doputovat. Mýdlo umyje nečistoty pouze z povrchu pleti, navíc v mnoha případech spíše pleť vysuší,“ vysvětluje kosmetička a vizážistka Kateřina Hrabalová. „Pokud trávíme, zvláště v těchto dnech, více času doma, nelíčíme se, nepohybujeme se tolik venku, určitě to neznamená, že pleť není potřeba čistit. Pleť produkuje kožní maz, ulpí na ní nečistoty i z našeho okolí a určitě si zaslouží stejnou odličovací péči, jako kdyby byla nalíčena. Berme to tak, že čištěním pleť takzvaně odšpuntujeme, abychom do čistých pórů poslaly tu správnou výživu a péči z pleťových krémů a sér,“ dodává vizážistka.

Podle průzkumu dm drogerie do své péče o pleť nezařazují čisticí přípravky především starší ženy od 45 do 60 let. Například tonika a pleťové vody vůbec nepoužívá či používá jen občas 45 % z nich. U odličovačů je tento podíl ještě vyšší – zhruba 52 %. V této věkové kategorii používá denně noční krémy 50 % žen a denní krémy dokonce 71 % dotázaných. Ženy mezi 45 a 60 lety rovněž velmi málo používají různé vyživující masky a séra, nikdy je nepoužívá téměř 31 % z nich, jen občas pak celých 44 %. Oproti tomu bezmála 41 % žen od 25 do 29 let si masky a séra aplikuje alespoň jednou týdně. V této kategorii také 55 % žen alespoň jednou týdně používá odličovače, tonika a pleťové vody pak téměř 57 %.



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 239 prodejen zásobuje po celé České republice ze svých logistických center v Jihlavě a Divišově. Jednateli společnosti jsou Gerhard Fischer, Martina Horká a Markéta Kajabová. Celkem v dm pracuje 3.534 spolupracovníků. V obchodním roce 2019/2020 vykazala dm v České republice obrát ve výši 11,483 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, Denkmit, SUNDANCE, Visiomax, dmBio, trend IT UP či nejnovější SEINZ.

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

T +420 387 748-220

M +420 739 531-696

jiiri.peroutka@dm.cz

www.dm.cz

www.facebook.com/dm.cesko