

TISKOVÁ ZPRÁVA

Aktuální průzkum dm drogerie

České ženy se s odezněním pandemie vrátily k líčení, zvykly si však kosmetiku nakupovat online

České Budějovice, 3. 11. 2021 – Z nejnovějšího průzkumu dm drogerie markt vyplývá, že téměř polovina českých žen během pandemie více či méně omezila používání dekorativní kosmetiky. Po odeznění lockdownu se sice všechny k líčení vrátily, dvě třetiny z nich se ale nyní malují méně než v minulosti. Uzavřené obchody pak naučily Češky nakupovat kosmetiku online, důvodem jsou výhodnější ceny i rychlé a pohodlné objednávání.

Ačkoli intenzita a pravidelnost líčení po pandemii u 66 procent českých žen klesla, dámy své návyky ve využívání dekorativní kosmetiky postupně obnovují. Průzkum dm drogerie ukázal, že celé dvě pětiny dotazovaných žen se vrátily ke každodennímu líčení. Další pětina přiznává zkrášlování pomocí kosmetiky v pracovní dny, pouze příležitostně se pak maluje 26 procent žen. Že se líčí dokonce více než před pandemií, uvedla necelá 3 procenta. V kategorii nejmladších respondentek mezi 25 a 29 lety se přitom jedná až o více než 7 procent žen.

Mladé Češky zároveň patří mezi největší příznivkyně make-up tutoriálů, jenž s omezeními pohybu během pandemie koronaviru zažily svůj boom. Každá dvacátá žena v tomto věku uvedla, že se líčí právě podle těchto návodů. Přes 39 procent žen do třiceti let videa a blogy sleduje hlavně pro inspiraci či zábavu. V kategorii od 30 do 45 let vyhledává influencerky ze stejného důvodu dokonce 42,5 procenta žen, malují se podle nich však jen zhruba dvě procenta.

Polovina žen preferuje nákup kosmetiky po internetu

Influencerky a blogerky přitom zdaleka nepatří mezi zásadnější faktory, které Češky při nákupu kosmetiky ovlivňují. Vyloženě na jejich rady spoléhá pouze jedno procento žen, pro více než polovinu dam napříč všemi věkovými skupinami se poté jedná o téma zcela nezajímavé.

„Pro Češky je vůbec nejdůležitější vlastní zkušenost s produktem, hlavní roli hraje u bezmála dvou třetin žen. Možnost vyzkoušet si líčidla přímo na prodejně je na prvním místě při rozhodování u 14 procent českých žen,“ přibližuje výsledky průzkumu Jiří Peroutka, manažer komunikace dm drogerie markt.

Právě absence osobního testování přitom patří mezi hlavní důvody, proč téměř polovina dam nenakupuje kosmetiku na internetu. „Obecně ale Češkám nákupy v online prostředí problémy nečiní, naopak oceňují jejich rychlost, pohodlnost a často také výhodnější cenu. Hned 12 procent respondentek vyzdvihlo také pestřejší výběr. Například v online shopu dm.cz je k dostání skutečně široká nabídka dekorativní kosmetiky. Od ledna do října 2021 se počet kusů prodané dekorativní kosmetiky na dm online shopu zvedl o třetinu oproti stejnému období v předcházejícím roce. V kombinaci s nově zavedenou možností expresního vyzvednutí objednávky na prodejně se tak jedná o velmi atraktivní formu nákupu,“ upřesňuje Peroutka.

S přírodní kosmetikou nemá řada Češek vlastní zkušenost

Při výběru líčidel jsou české ženy poměrně konzervativní. Jen třetina se jich naučila během pandemie používat produkt, který se v jejich kosmetické výbavě dříve nevyskytoval. Zvyk je zároveň důvodem, proč každá desátá žena nepoužívá přírodní dekorativní kosmetiku. Přes 17 procent oslovených uvedlo, že s přírodní kosmetikou nemá vlastní zkušenost, stejný počet žen odrazuje cena. „Z průzkumu vyplynulo, že se Češky v otázce používání přírodní kosmetiky dělí přesně na polovinu. Dle statistik dm se ale rok od roku zájem o tyto produkty zvyšuje, od ledna do konce září 2021 jsme zaznamenali 70procentní nárůst prodaných kusů přírodní dekorativní kosmetiky, proto i my rozšiřujeme nabídku těchto produktů za výhodnou cenu,“ dodává Jiří Peroutka.

Průzkum pro společnost dm drogerie markt připravila agentura STEM/MARK. Účastnilo se jej 505 respondentek ve věku od 25 do 60 let. Grafy k průzkumu naleznete na [tomto odkazu](#).

Produkty dekorativní kosmetiky

1. alverde | řasenka Golden Glam

Cena: 129 Kč

Množství: 12 ml

K dostání v prodejnách dm drogerie nebo na www.dm.cz.



2. alverde | Hydro BB krém

Cena: 109 Kč

Množství: 30 ml

K dostání v prodejnách dm drogerie nebo na www.dm.cz.



3. alverde | roll-on na obličej Růženín

Cena: 149 Kč

K dostání od 11. 11. v prodejnách dm drogerie nebo na www.dm.cz.



4. alverde | Repair maska na ruce

Cena: 59,90 Kč

K dostání od 11. 11. v prodejnách dm drogerie nebo na www.dm.cz.



Fotografie produktů ve vysoké kvalitě naleznete na [tomto odkazu](#).

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 239 prodejen zásobuje po celé České republice ze svých logistických center v Jihlavě a Divišově. Jednatelkami společnosti jsou Martina Horká a Markéta Kajabová. Celkem v dm pracuje 3 534 spolupracovníků. V obchodním roce 2019/2020 vykázala 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, Denkmít, SUNDANCE, Visiomas, 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

jiri.peroutka@dm.cz

www.dm.cz

www.facebook.com/dm.cesko

Tisková zpráva:

Průzkum dm drogerie markt

3. 11. 2021