

Informacja prasowa, 09.10.2025

Ceny w koszyku zakupowym drogerii dm rosną wolniej niż inflacja w Polsce

Od początku roku do sierpnia średnia inflacja towarów i usług konsumpcyjnych w Polsce wyniosła 4,14%*. Tymczasem w drogerii dm wskaźnik inflacji w koszyku zakupowym wyniósł zaledwie 0,56%. Co więcej, ceny ponad 9 tysięcy produktów w dm nie zmieniły się od roku. To dowód, że marka konsekwentnie dotrzymuje obietnicy trwałych cen i zawsze korzystnych zakupów. Czy taka stabilność cenowa sprawi, że drogerii dm uda się zmienić nawyki zakupowe Polaków polujących na promocje?

W czasie, gdy w Polsce trwa dyskusja o inflacji i wojnie cenowej między dyskontami, drogeria dm konsekwentnie trzyma się swojej własnej strategii cenowej, innej niż u większości konkurentów. Zamiast szybkich promocji, dm stawia na trwałe, uczciwe ceny, które pozwalają klientom kupować sprytniej niż w promocji i zawsze korzystniej. Wszystkie produkty, zarówno te marek własnych, jak i znanych producentów, objęte są gwarancją trwałej ceny, która nie wzrasta przez minimum 4 miesiące od daty ostatniej podwyżki. W tym czasie cena może spaść, ale nie zostanie podniesiona. Dodatkowo każda zmiana cen jest jasno oznaczona na etykietach, co drogeria dm praktykowała jeszcze zanim wprowadzono unijną dyrektywę Omnibus.

- Wiemy, że Polacy kochają promocje, i choć nasza polityka cenowa od początku wywoływała dużo pytań, jesteśmy przekonani, że obraliśmy właściwy kierunek. Wierzymy, że „atrakcyjność ceny” to coś więcej niż tylko szybka promocja. To jakość, od której nie ma odstępstw. Chcemy, by nasi klienci mieli pewność, że w dm zrobią zakupy po uczciwych cenach, bez polowania na okazje i sztucznych rabatów, które ostatecznie są finansowane wyższymi cenami innych produktów. W ten sposób łączymy zalety sklepów specjalistycznych z korzyściami, jakie daje model dyskontowy - mówią **Barbara Schmehl i Grzegorz Gerus, dyrektorowie obszaru marketingu i zakupów dm w Polsce**.



Takie działania dają klientom poczucie bezpieczeństwa i przekonanie, że zakupy w dm ostatecznie okażą się korzystniejsze niż u konkurencji, nawet jeśli ta stosuje krótkotrwałe akcje promocyjne. Dzięki temu klienci mogą robić zakupy w swobodnej atmosferze, wybierać dokładnie swój ulubiony produkt w żądanej ilości, wtedy, kiedy potrzebują, bez presji czasu, jaka towarzyszy ofertom specjalnym i bez konieczności robienia zapasów.

- Utrzymanie takiej polityki cenowej możliwe jest dzięki sile międzynarodowej drogerii, ale także dzięki stale rosnącej liczbie klientów w Polsce, którzy odwiedzają sklepy dm i realizują tu część swoich codziennych zakupów. Rosnące wolumeny sprzedaży mają prowadzić do wzrostu wydajności i przekładać się na niższe koszty jednostkowe - wyjaśniają **Barbara Schmehl i Grzegorz Gerus, dyrektorowie obszaru marketingu i zakupów dm w Polsce**. - Zawsze atrakcyjne ceny dm, kupony rabatowe w naszej aplikacji, wysokiej jakości produkty marek własnych a także



zalety programu lojalnościowego PAYBACK są szczególnie doceniane przez klientów, gdy domowy budżet wymaga oszczędności - **dodają**.

dm w ciągu ostatnich dwunastu miesięcy zapewniło stabilność cen w całym swoim asortymencie. Podczas gdy średnia inflacja towarów i usług konsumpcyjnych w Polsce od początku roku do sierpnia wyniosła 4,14%*, wskaźnik inflacji w koszyku zakupowym w drogerii dm w tym samym okresie wyniósł, zaledwie 0,56%. Od roku ceny aż ponad 9 tysięcy produktów w asortymencie dm nie były podnoszone.

Drogeria dm obecna jest w Polsce od 2022 roku i ma obecnie 66 sklepów w całej Polsce i konsekwentnie realizuje plan rozwoju. Umacniania strategię omnichannel w Polsce, rozwija e-commerce i punkty ekspresowego odbioru zakupów, zwiększając dostępność swoich usług w całym kraju. W jej asortymencie znajduje się szeroki wybór produktów do pielęgnacji twarzy i ciała, artykuły zdrowotne i higieniczne oraz produkty w kategoriach kosmetyki i perfumy. W dziale dziecięcym sklepu dm rodzice znajdą wszystko dla niemowląt i dzieci. Klienci kupią tu także żywność, artykuły gospodarstwa domowego i karmę dla zwierząt. Dużą popularnością, cieszą się wysokiej jakości produkty marek własnych, a ich asortyment jest tak różnorodny jak natura, z której pochodzą składniki aktywne wielu artykułów drogeryjnych. Wśród nich wymienić należy najlepiej sprzedającą się markę certyfikowanych kosmetyków naturalnych alverde, denkmit, czy popularną markę Balea. Sklepy dm wyróżniają się wysokim standardem i komfortem zakupów. Klienci mogą skorzystać z bezpłatnej wody, miejsc do odpoczynku, nieodpłatnych usług pakowania prezentów, wywoływania zdjęć oraz personalizacji etykiet. Rodzice i dzieci znajdą tu m.in. przewijaki z darmowymi pieluchami marki Babylove, a nawet bujanego kucyka. Więcej o drogeriach na dm.pl

*<https://stat.gov.pl/wykres/1.html>, 03.10.2025

Kontakt dla mediów: patrycja.narozna@prart-media.pl, 609 69 33 45

O drogeriach dm:

Drogerie dm posiadają ponad 4 000 punktów sprzedaży, w których zatrudnionych jest **ponad 89 100** osób w całej Europie. W roku obrotowym **2023/2024** dm odnotował sprzedaż w wysokości 17,74 mld euro wygenerowaną łącznie we wszystkich 14 krajach europejskich. W tym samym okresie w Niemczech ponad 60 300 pracowników wygenerowało sprzedaż na poziomie 12,47 mld euro. dm po raz kolejny została wybrana przez klientów najpopularniejszą drogerią w ankiecie Kundenmonitor 2024.

Drogerie dm oferują szeroki wybór produktów do pielęgnacji twarzy i ciała, artykuły zdrowotne, higieniczne, dla dzieci i niemowląt oraz produkty w kategoriach kosmetyki i perfumy, żywność, gospodarstwo domowe, usługi foto i karma dla zwierząt. Oprócz produktów znanych marek klienci znajdą w dm także wiele marek własnych, takich jak Balea czy najlepiej sprzedająca się marka certyfikowanych kosmetyków naturalnych alverde. dm docenianie jest również za zespół wykwalifikowanych pracowników, chętnie doradzających klientom. Drogeria nieustannie pracuje nad optymalizacją.