

Pilulka Lékárny a.s. – Investorská aktualizace září 2025

Společnost Pilulka Lékárny a.s. pokračuje v plánované transformaci, která je postavena na optimalizaci nákladů, stabilizaci cash flow a modernizaci obchodní strategie. Řízení společnosti se soustřeďuje na posílení provozní efektivity, další rozvoj digitálních řešení a rozšíření partnerských vztahů v oblasti technologií, prevence a zdravého životního stylu.

Hlavní události posledního období

- Uskutečnila se významná restrukturalizace nákladů na centrální úrovni, což v H1 2025 znamená meziroční pokles o 46 % oproti stejnému období předchozího roku. Tato změna je zřetelně viditelná na přiloženém grafu, který ukazuje vývoj nákladů centrály.
- V oblasti marže došlo ve Q2 2025 k poklesu v důsledku optimalizace struktury portfolia a prodeje položek určených k delistování. Položky k delistování z předchozích období tvořily více než polovinu původní portfolia společnosti.
- Společnost úspěšně dokončila prodej části sítě kamenných lékáren, což vedlo ke zvýšení likvidity a snížení zadlužení vůči hlavní financující bance, konkrétně o 40 %. Tím byly vytvořeny podmínky pro další růst ve Q4 2025 včetně spuštění nového webu a uvedení nové privátní značky Daily.
- Management dále posiluje orientaci na oblast longevity, inovací v digitální prevenci ve spolupráci s technologickými firmami a poradenské aktivity zaměřené na kvalitnější, zdravější a delší život.

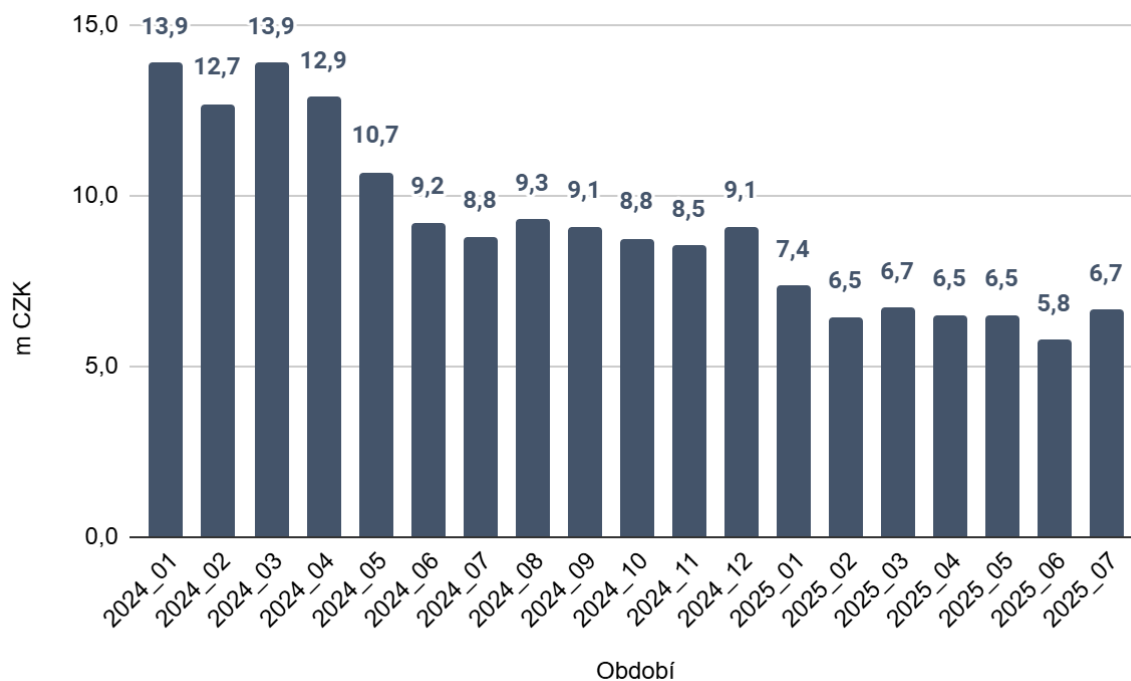
Finanční ukazatele

Konsolidované statutární

m CZK	Q1'24	Q2'24	Q3'24	Q4'24	2024	Q1'25	Q2'25	1-7'25
Tržby skupina	424,7	336,8	241,3	301,4	1 304,2	262,1	243,2	574,9
Tržby zboží online	306,4	236,3	161,5	223,6	927,8	171,1	156,3	370,3
Tržby zboží kamenné lékárny	74,8	68,2	63,1	63,6	269,7	60,6	56,2	134,1
Tržby služby	43,5	32,3	16,7	14,2	106,7	30,4	30,7	70,6
Hrubá marže	125,7	89,6	64,2	79,4	358,9	71,0	61,5	149,3
Hrubá marže %	29,6%	26,6%	26,6%	26,3%	27,5%	27,1%	25,3%	26,0%
Tržby ostatní	11,5	2,3	6,2	8,7	28,7	0,3	0,2	0,5
Provozní náklady	120,5	107,7	92,4	91,9	412,5	74,8	73,0	172,0
EBITDA	16,8	-15,8	-22,0	-3,8	-24,9	-3,5	-11,4	-22,2
EBITDA %	3,9%	-4,7%	-9,1%	-1,2%	-1,9%	-1,3%	-4,7%	-3,9%
Norm. EBITDA	5,4	-9,9	-20,7	4,3	-20,9	-3,5	-9,7	-18,7
Norm. EBITDA %	1,3%	-2,9%	-8,6%	1,4%	-1,6%	-1,3%	-4,0%	-3,3%

Optimalizace nákladů centrály

H1 2024 73,3m CZK vs. H1 2025 39,3m CZK = - 46% YoY



Změny ve vedení společnosti

V září a začátkem října 2025 dochází ke klíčové personální obměně ve vrcholovém vedení Pilulka Lékárny a.s.:

Na pozici generálního ředitele (CEO) nastupuje Petr Toupal, který střídá dosavadního interim CEO Petera Kleknera. Petr Toupal přichází s rozsáhlými zkušenostmi z řízení na vysokých manažerských pozicích v oblasti retailu a e-commerce. Před nástupem do Pilulky působil například jako Head of e-commerce Billa ČR, kde mimo jiné realizoval projekty digitalizace, rozvoje omnichannel strategií a rozšiřování e-commerce. Pod jeho vedením došlo k spuštění online obchodu a aplikace Billa a má také zkušenosti s implementací projektů v oblasti moderního obchodního a zákaznického servisu.

Zároveň na konci října odchází dlouholetý finanční ředitel (CFO) Tomáš Hospůdka, jenž v minulých letech sehrál klíčovou roli v transformačních procesech a zavádění úsporných opatření, která zásadně posílila finanční stabilitu společnosti. Na jeho místo nastupuje Aleš Velín, který přichází do Pilulky s bohatými odbornými zkušenostmi v oboru financí a e-commerce. Aleš Velín se v minulosti podílel na vedení finančních týmů v několika významných online projektech. Má za sebou úspěšné projekty z oblasti optimalizace nákladů, vytváření finančních strategií a řízení cash flow i v dynamickém prostředí moderního retailu.

Oba nově nastupující manažeři disponují expertízou, kterou budou využívat k dalšímu rozvoji a inovaci Pilulky v oblasti online služeb a digitálních technologií. Tato personální změna je dalším potvrzením směřování společnosti a stabilizaci ve vysoce konkurenčním prostředí farmaceutického retailu a e-commerce.

Nově příchozí manažeři Petr Toupal a Aleš Velín doplňují stávající tým Pilulky, který tvoří Petr Legát (vedoucí logistiky) a Jiří Caudr (interim marketingový ředitel). Tím vzniká silné vedení s různorodou expertízou v oblasti e-commerce, retailu, logistiky i digitálního marketingu.