

Lidé šetří a nakupují méně i na internetu. On-line lékárna Pilulka přesto roste, letos zatím o 10 procent

Dobrých zpráv není nikdy dost a zvláště v době, kdy pesimismus doléhá i do jindy euforického internetového obchodu. Bratři Martin a Petr Kasovi jednu vzpruhu ale mají – jejich skupina Pilulka vykázala za první pololetí roku 2022 silný růst, a to především v online divizi. To vše ve chvíli, kdy analytici hlásí, jak se celý trh e-commerce propadá. „*Jedeme podle plánu a zůstáváme mírnými optimisty,*“ říká Martin Kasa.

Rok 2021, který byl ještě do značné míry ve znamení covidu, byl pro e-commerce specifický, takže srovnávací základna pro letošní výkony byla automaticky nastavená hodně vysoko. Pilulku nevyjímaje. „*Byl to neobvyklý rok. V online jsme vyrostli o více než 60 procent. Část růstu tvořilo takzvané covid portfolio, jako jsou roušky a covid testy,*“ vysvětluje mladší z bratrů Kasových.

Jenže i tak se firmě zatím daří loňská čísla překonávat: „*V druhém kvartálu roku 2022 nám tržby meziročně vzrostly o bezmála 30 procent. Celkově za první pololetí, včetně kamenných lékáren, pak o necelých 10 procent. Ovšem při odečtení covid portfolio z jara 2021 by byl meziroční růst za celé první pololetí také okolo 30 procent.*“ Řeči peněz to znamená, že tržby bez franšízových lékáren byly 1,3 miliardy korun.

Za celý loňský rok podle auditovaných výsledků konsolidovaných tržeb rostla skupina [meziročně o 35 procent na 2,4 miliardy korun](#), ke kterým přidala ještě 1,2 miliardy franšízová síť lékáren. A v růstu hodlá pokračovat i letos v této složité době navzdory všem negativním zprávám z trhu cítíme lehký optimismus do druhého pololetí. „*To je u nás totiž tradičně výrazně lepší než první polovina roku,*“ upřesňuje Kasa pro CzechCrunch.

Internetový obchod prochází v Česku aktuálně složitým obdobím. Po bezprecedentním růstu z posledních dvou let, kdy byli lidé zavření doma a začali ve velkém nakupovat přes web, se nyní situace obrací. Podle čerstvých dat České statistického úřadu se v květnu obrat e-commerce snížil o 10 procent a jde o několikátý pokles v řadě. Podobné údaje hlásí i srovnávač Heureka.cz, podle nějž došlo v prvním kvartálu k meziročnímu propadu o 25 procent. „*I meziroční pokles ve druhém kvartálu o devět procent odpovídá aktuálnímu společenskému trendu,*“ doplňuje šéf Heureka Tomáš Braverman.

Dokonce se objevily první informace o e-shopech, které krachují. Velkými problémy prochází [slovenský prodejce spodního prádla Dedoles](#), který byl ještě nedávno hvězdou nejen českých reklamních kampaní. *Hospodářské noviny* zase přinesly zprávu o [pádu](#) internetového obchodu s nábytkem Donashop. „*Firmy, které nenabízí ničím specifickou službu nebo se v minulosti vnitřně nepřipravily, mohou mít jistě problémy a určité dojde k ukončení provozu mnoha z nich. Vidím i velký prostor pro konsolidaci trhu,*“ krčí rameny dvaadvacetiletý spoluzakladatel Pilulky.

Je při tom klidný. Jednak protože, jak říká, se s firmou na těžší období připravili, jednak protože už toho v on-line byznysu zažil hodně, včetně krizí: „*Současná situace není lehká, ani nám se nevyhnulo přizpůsobení provozu na nové podmínky. V sektoru jsem však zažil již několik krizí, zejména tu nejsilnější kolem roku 2008. E-commerce vždy vyšla ze situace jako vítěz.*“ Důvodů je prý několik, roli hraje to, že je lépe říditelná a více centralizovaná, takže

jakékoli změny mají téměř okamžité dopady. Dá se také snáze měřit a dokáže být nákladově efektivnější. „*Takže v době většího šetření se logicky zákazníci obrací tam, kde jsou ceny nižší. A to je právě internet.*“

Inflace, kterou Martin Kasa zmiňuje, je momentálně klíčové téma. Podle nejnovějších měření se její meziroční úroveň vyšplhala na více než 17 procent. A přestože dochází při pohledu na měsíční čísla k jejímu poklesu, nic to nemění na tom, že zdražování je něco, co ekonomiku trápí a nějakou dobu ještě trápit bude. Farmacie je specifický obor, ceny řady léků jsou regulované úhradovou vyhláškou, navíc polovina spotřeby připadá na předpisové léky bez doplatku.

„*Mám pocit, že velká část obchodníků s rychloobrátkovým zbožím bezdůvodně zdražuje nad rámec změn svých vstupů a bere současnou situaci jako prostor pro maximalizaci zisku,*“ kritizuje Kasa situaci na trhu. Na něco podobného upozorňuje například i prezident Svazu obchodu a cestovního ruchu Tomáš Prouza. „*Ve chvíli, kdy vláda pomůže s cenou plynu, okamžitě může zlevnit pečivo, mléko. To jsou věci, které se s cílenou pomocí velmi rychle promítnou do cen. Možná největší problém je, že nikdo nevysvětluje, že část toho zdražování je naprosto umělá,*“ nechal se Prouza slyšet [nedávno](#) v České televizi.

Pro ilustraci průměrná cena másla byla v červnu více než 50 korun, zatímco ještě v prosinci to bylo 42 korun, u chleba za stejnou dobu cena vyskočila z 30 na 40 korun. Obecně nejvíce rostou ceny dopravy, potravin a stravování, energií nebo odívání, nahoru jde ale i sektor zdraví, meziročně hlásí posun o necelých devět procent. Podle Martina Kasy je nutné i pro Pilulku se porozhlížet všude možně, aby dokázali udržet ceny produktů na uzdě. I kvůli tomu, že někteří čeští dodavatelé podle něj uměle nadsazují ceny.

„*Strojově monitorujeme desítky konkurentů na všech trzích a okamžitě reagujeme dynamickou cenotvorbou. Začali jsme některé položky importovat ze zahraničí z důvodu cenové politiky českých distributorů. Významně posilujeme naše privátní značky. Jednáme o globálních kontraktech s některými dodavateli, brzy začneme importovat zboží i z Německa a Rakouska s cílem přinést zákazníkům celou řadu kvalitních a cenově zajímavých produktů,*“ říká.

Se svým bratrem je Martin Kasa průkopníkem českého internetového obchodu nejen kvůli Pilulce, ale i díky jejich staršímu projektu Kasa.cz, který spustili už koncem 90. let. Svého času patřili k největším eshopům s elektronikou a bílým zbožím, firmu ale před necelými deseti lety prodali zlínské skupině HP Tronic.

Ani v Pilulce už nejsou jedinými vlastníky. Výrazný podíl v ní drží investiční skupina Wood & Co. a [především se s akcemi firmy obchoduje na pražské burze](#). Loni tam Pilulka patřila k nejúspěšnějším titulům, letos podobně jako další technologické značky ve světě ji potkala ztráta hodnoty. Jestliže v roce 2022 akcie s označením [PINK](#) (anglicky růžová, což je barva firmy) nabraly na ceně bezmála 200 procent, letos odepsaly zhruba polovinu.

Žádný důvod k panice ale podle Martina Kasy není na obzoru: „*Jedeme podle plánu. Tohle je klasický poryv. Chystáme vstup na dva nové trhy ještě letos, investujeme, rozjíždíme nové služby, tržby rostou.*“ S bratrem navíc investují, v poslední době získali podíly ve startupech

Carebot a Blocks. „Už dávno nejsem jen lékárny. Nicméně i tak platí, že léky a farmaceutický byznys je necyklické odvětví, lidé ho potřebují neustále,“ říká Martin Kasa.