

Leki na receptę z internetowej apteki

Już teraz apteka internetowa DomZdrowia.pl co miesiąc notuje wzrost sprzedaży leków z grupy OTC (sprzedawanych bez recepty) na poziomie 15-20 proc. Wkrótce zamierza rozpocząć także sprzedaż leków dostępnych na receptę. W realizacji tego i innych planów ma pomóc kolejny zastrzyk gotówki z funduszu inwestycyjnego MCI Management SA, który podniósł właśnie kapitał apteki o 450 tys. zł.

Fundusz w ramach drugiej rundy inwestycyjnej objął pod koniec marca br. udziały DomZdrowia.pl Sp. z o.o. o łącznej wartości nominalnej 450 tys. złotych. Stanowią w sumie 19,68 proc. kapitału zakładowego firmy. Po objęciu udziałów nowej emisji MCI Management S.A. łącznie posiada 39,65 proc. kapitału zakładowego DomZdrowia.pl, przekraczającego obecnie 2,3 mln złotych.

Celem funduszu MCI Management jest zainwestowanie w internetową aptekę w ciągu 3 lat ponad 2,5 mln zł. W drugiej

rundzie inwestycyjnej wzięła udział również kadra zarządzająca DomZdrowia.pl, inwestując własne pieniądze, co wskazuje na niezwykle obiecującą przyszłość firmy.

Dlaczego wspólnicy DomZdrowia.pl tak chętnie inwestują w podnoszenie kapitału spółki? Po pierwsze szacują, że rynek leków dostępnych bez recepty wart jest obecnie w Polsce około 5 mld zł. Jest więc o co powalczyć. Po drugie: firma działa również na rynku kosmetyków, środków pielęgnacyjnych i suplementów diety. Środki pozyskane z podwyższenia kapitału zostaną m.in. wykorzystane na rozwój i promocję drogerii inter-

netowej DomUrody.pl. Nie tak dawno firma przejęła również sklep kosmetyczny Pretty.pl, który także zamierza rozwijać i promować. Wartość rynku kosmetycznego w Polsce w 2005 roku była szacowana na ponad 5 mld zł, przy czym kanał sprzedaży internetowej może osiągnąć 5-10 proc. udziału w tym „smakowitym” torcie, tak jak to ma miejsce na rynkach zachodnich.

Posiadanie kilku marek kosmetycznych sklepów internetowych ułatwia dotarcie do różnych grup docelowych, które mają przecież zróżnicowane potrzeby i są zainteresowane odmiennym asortymentem. Przykładowo: w jednym ze sklepów mogą być sprzedawane produkty z wyższej półki dla kobiet dojrzałych, a w innym – popularne kosmetyki dla młodzieży. Firma zapowiada w najbliższych miesiącach kolejne submarki wyspecjalizowane, na przykład w segmencie zdrowej żywności czy literaturze medycznej i zdrowotnej.

Wreszcie wspólnicy DomZdrowia.pl intensywnie inwestują w firmę także dlatego, że ma ona sporą szansę zostać liderem na rynku internetowej

sprzedaży leków dostępnych na receptę. Rynek ten jest około 3 razy większy od rynku leków OTC, a roczna jego wartość przekracza 15 mld zł. Udziałowcy firmy szacują, że docelowo – dzięki niższemu cenom, wygodzie i dyskrekcji zakupów – kanał internetowy może osiągnąć od 1 do 3 proc. wartości tego rynku. Szacunki te opierają się na doświadczeniach internetowych aptekarzy z rynków zachodnich.

Na początek DomZdrowia.pl zamierza dostarczać klientom leki dostępne na receptę, po otrzymaniu jej oryginału przesłanego zwykłym listem. Wbrew pozorom, tego rodzaju zakupy nie muszą być wcale procesem uciążliwym ani odstraszać klientów. Warto pamiętać, że klientami regularnie kupującymi leki na receptę są często osoby niepełnosprawne, cierpiące na choroby przewlekłe, wymagające długoletniego leczenia. Dla takich odbiorców bardzo liczy się korzystna cena. DomZdrowia.pl zapowiada, że jest w stanie oferować leki nawet do 10-15 proc. tańsze, niż w tradycyjnych aptekach.

RR

