

Market Watch Portugal

Junho 2020



We believe in the power of **Knowledge.**

A deep knowledge of the market is the first step to deliver unique market insights. It's that information that takes us further and gives more meaning to all the data and numbers that so efficiently analyze the market.

Because we believe that the power of knowledge grows when it is shared. And can change lives.



MARKET WATCH PORTUGAL – JUNHO 2020 – MERCADO FARMÁCIA

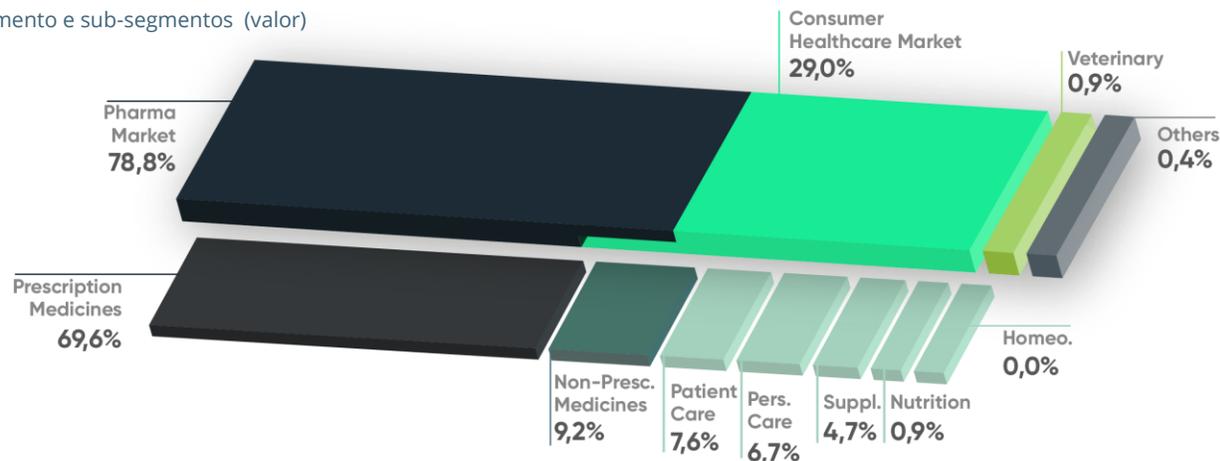
Mercado Total



Dinâmica do canal Farmácia

Junho 2020

Peso por segmento e sub-segmentos (valor)



Em junho registou-se uma variação praticamente nula de Sell-Out em valor (+0,03%) e uma queda de -3,2% em unidades face ao mesmo mês do ano anterior. Apesar da performance do mercado no mês de junho, o ano de 2020 continua a apresentar um crescimento em volume (+2,4%) e em valor (+3,9%).

Esta dinâmica de crescimento ainda se torna evidente se analisarmos a performance do mercado nos últimos 12 meses (MAT Junho 2020), onde verificamos uma dinâmica positiva tanto em volume (+3,1%) como em valor (+5,5%).

Esta quebra do mercado total em volume é influenciada pela dinâmica do **segmento Pharmaceutical**, o segmento com maior peso no canal farmácia, que apresentou uma quebra de -3,7% de Sell-Out em unidades, correspondendo a uma queda de -0,75M unidades e uma variação marginal de +1,2M€.

Dinâmica do canal Farmácia

Por segmento

	Junho 2020						MAT Junho 2020					
	VALOR			VOLUME			VALOR			VOLUME		
	M€	Q.M.	VARIAÇÃO	M UNID.	Q.M.	VARIAÇÃO	M€	Q.M.	VARIAÇÃO	M UNID.	Q.M.	VARIAÇÃO
Mercado Total	282,6	100,0%	0,0%	24,3	100,0%	-3,2%	3 715,4	100,0%	5,5%	332,2	100,0%	3,1%
Pharma Market	222,8	78,8%	0,5%	19,5	80,3%	-3,7%	2 957,6	79,6%	5,9%	269,2	81,0%	2,4%
Consumer Healthcare	82,1	29,0%	-5,2%	7,3	29,9%	-7,2%	1 112,5	29,9%	3,1%	105,0	31,6%	2,9%
Others	1,1	0,4%	-1,4%	0,2	0,8%	-21,2%	14,6	0,4%	0,5%	2,9	0,9%	-6,1%
Veterinary	2,6	0,9%	27,7%	0,2	0,8%	20,9%	24,1	0,6%	14,1%	1,8	0,6%	8,3%

Em contra ponto ao decréscimo do Sell-Out no segmento Pharmaceutical regista-se nos medicamentos para patologias crónicas, como sejam fármacos usados na diabetes, terapêutica cardiovascular, analgésicos e sistema nervoso central um crescimento de +1,2% do Sell-Out em unidades face a igual mês do ano passado.

O segmento **Consumer HealthCare** apresenta uma diminuição em valor (-5,2% face ao mês homólogo). Esta tendência regista-se sobretudo em produtos sazonais do segmento Personal Care como sejam protetores solares e produtos de emagrecimento. Apesar destas classes mostrarem já uma tendência positiva face ao mês anterior, as vendas apresentam-se ainda significativamente abaixo das esperadas para esta altura do ano.

MARKET WATCH PORTUGAL – JUNHO 2020 – MERCADO FARMÁCIA

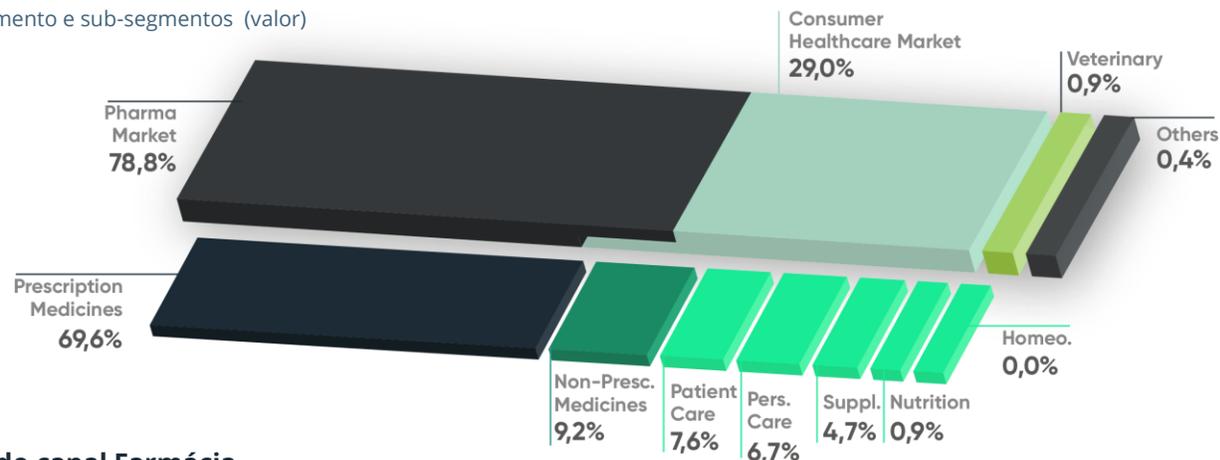
Mercado Total



Dinâmica do canal Farmácia

Junho 2020

Peso por segmento e sub-segmentos (valor)



Dinâmica do canal Farmácia

Por sub-segmentos

	Junho 2020						MAT Junho 2020					
	VALOR			VOLUME			VALOR			VOLUME		
	M€	Q.M.	VARIAÇÃO	M UNID.	Q.M.	VARIAÇÃO	M€	Q.M.	VARIAÇÃO	M UNID.	Q.M.	VARIAÇÃO
Mercado Total	282,6	100,0%	0,0%	24,3	100,0%	-3,2%	3 715,4	100,0%	5,5%	332,2	100,0%	3,1%
Prescription Medicines	196,8	69,6%	2,1%	16,7	68,6%	-1,3%	2 564,2	69,0%	6,6%	222,4	67,0%	3,3%
Branded	149,0	52,7%	1,9%	10,1	41,5%	-2,4%	1 952,0	52,5%	6,8%	136,4	41,1%	2,0%
Generic	47,8	16,9%	2,8%	6,6	27,1%	0,5%	612,2	16,5%	5,8%	86,0	25,9%	5,4%
Non Prescription (OTC)	26,0	9,2%	-9,7%	2,9	11,8%	-15,8%	393,3	10,6%	1,5%	46,7	14,1%	-1,6%
Branded	24,8	8,8%	-9,5%	2,7	11,0%	-16,0%	375,4	10,1%	1,8%	43,8	13,2%	-1,7%
Generic	1,2	0,4%	-15,0%	0,2	0,8%	-13,4%	17,9	0,5%	-5,4%	3,0	0,9%	-0,3%
Homeopathy	0,1	0,0%	-22,5%	0,0	0,0%	-26,0%	0,9	0,0%	-9,0%	0,1	0,0%	-10,1%
Nutrition	2,4	0,9%	-2,7%	0,2	0,8%	-14,2%	32,6	0,9%	6,8%	2,5	0,7%	1,0%
Patient Care	21,4	7,6%	0,0%	2,3	9,5%	9,6%	292,5	7,9%	9,5%	30,8	9,3%	15,3%
Personal Care	18,9	6,7%	-7,0%	1,2	5,0%	-11,3%	218,8	5,9%	-3,3%	15,1	4,5%	-4,7%
Supplements	13,3	4,7%	-1,2%	0,7	2,8%	-5,3%	174,3	4,7%	5,0%	9,8	2,9%	4,1%
Others	1,1	0,4%	-1,4%	0,2	0,8%	-21,2%	14,6	0,4%	0,5%	2,9	0,9%	-6,1%
Veterinary	2,6	0,9%	27,7%	0,2	0,8%	20,9%	24,1	0,6%	14,1%	1,8	0,6%	8,3%

Ao nível do Pharma Market constatamos duas dinâmicas distintas, o subsegmento de Prescription Medicines apresenta um crescimento de +2,1%, em valor face a igual mês do ano passado, enquanto que o subsegmento de Non Prescription apresenta uma queda de -9,7%.

Ao nível do Prescription Medicines, quer o subsegmento de Branded, quer o de Generic, apresentam crescimentos de +1,9% e +2,8%, respetivamente, em valor face ao mês homólogo. Em volume, é o subsegmento de Branded que perde -2,4% apresentando o subsegmento de Generic um crescimento marginal de 0,5%.

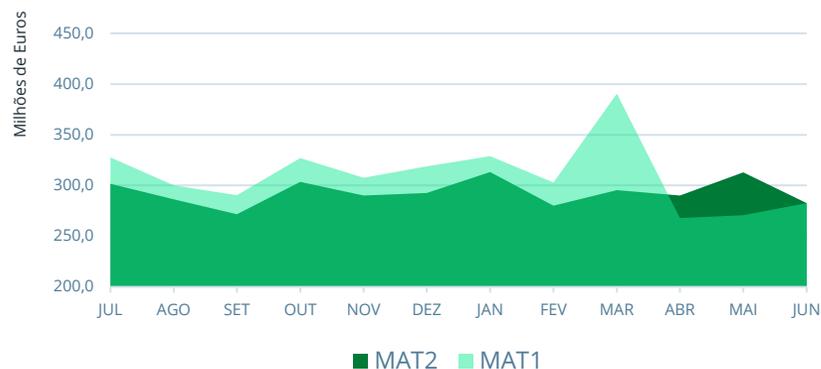
Ao nível do CH, os subsegmentos apresentam um decréscimo do Sell-Out transversal assumindo o segmento mais representativo, o Patient Care, uma estabilização de -0,04% em valor face a Junho de 2019, mas apresentando um crescimento de +9,6% em volume em igual período.

O Sell-Out em volume no segmento Patient Care mantém-se acima do registado no mês homólogo (+9,6%) mantendo-se as classes responsáveis por este crescimento as maioritariamente associadas aos dispositivos médicos usados na prevenção individual do contágio da infeção por COVID-19. Neste âmbito incluem-se as máscaras, luvas e desinfetantes de base alcoólica com um crescimento de +440,1% em volume face a junho 19.

Mercado Total

Evolução mensal em valor

Julho 2019 – Junho 2020



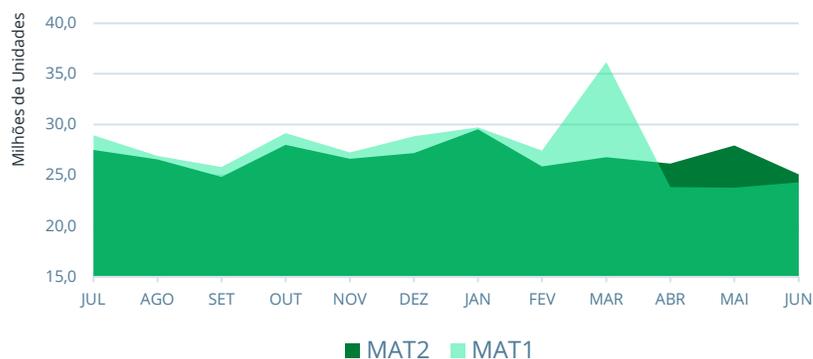
Companhias em valor

TOP 5
Junho 2020

Companhia	M€	Q.M.	Var.
1 Mylan	11,5	4,1%	1,4%
2 MSD	10,2	3,6%	-3,8%
3 Bayer	9,8	3,5%	5,2%
4 Teva	9,7	3,4%	2,5%
5 Generis	9,5	3,4%	-1,0%

Evolução mensal em unidades

Julho 2019 – Junho 2020



Companhias em unidades

TOP 5
Junho 2020

Companhia	M UNID.	Q.M.	Var.
1 Mylan	1,6	6,4%	-1,9%
2 Generis	1,5	6,0%	-1,8%
3 Teva	1,4	5,7%	-1,0%
4 Sanofi	0,8	3,2%	-12,8%
5 Tecnigen	0,8	3,1%	18,0%

A Mylan mantém a posição de liderança em Sell-Out no canal Farmácia, tanto em unidades como em valor. Durante o mês de junho, apesar de apresentar um decréscimo de -1,9% em unidades, apresenta um crescimento de +1,4% em valor face a junho de 2019.

Mercado Total

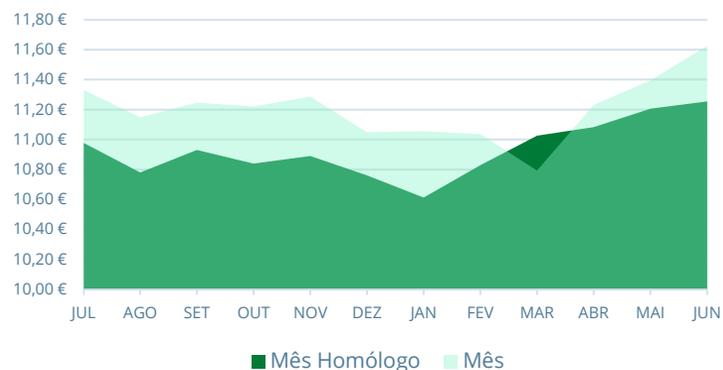
Faturação e Variação do canal Farmácia

Segmentos de mercado

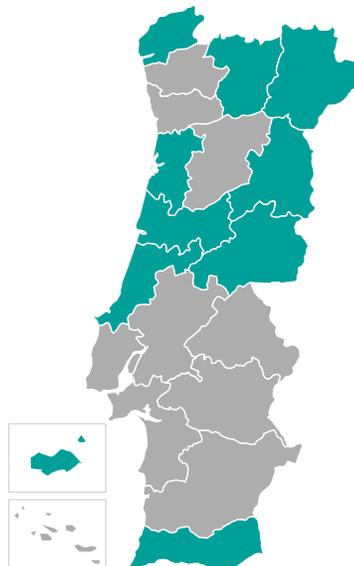
	Junho 2020		MAT Junho 2020	
	PREÇO MÉDIO	VARIAÇÃO	PREÇO MÉDIO	VARIAÇÃO
Mercado Total	11,62 €	3,3%	11,18 €	2,3%
Prescription Medicines	11,41 €	4,4%	10,99 €	3,3%
Branded	14,77 €	4,4%	14,31 €	4,7%
Generic	7,26 €	2,2%	7,12 €	0,4%
Non Prescription (OTC)	9,09 €	7,3%	8,41 €	3,1%
Branded	9,29 €	7,8%	8,58 €	3,5%
Generic	6,22 €	-1,8%	5,99 €	-5,0%
Homeopathy	7,20 €	4,7%	6,77 €	1,2%
Nutrition	13,35 €	13,4%	13,20 €	5,8%
Patient Care	9,26 €	-8,8%	9,49 €	-5,0%
Personal Care	15,62 €	4,8%	14,54 €	1,5%
Supplements	19,30 €	4,3%	17,86 €	0,8%
Others	6,03 €	25,1%	4,96 €	7,0%
Veterinary	13,51 €	5,6%	13,11 €	5,4%

Evolução mensal do PVP médio

Julho 2019 – Junho 2020



Visão Geral



Legenda:

- PVP médio superior ou igual à média nacional
- PVP médio abaixo da média nacional

Distritos

Maiores variações relativas em PVP
MAT Junho 2020

Distrito	PVP	Var.
1 Beja	11,11 €	3,3%
2 Vila Real	11,51 €	3,2%
3 R.A. Açores	10,89 €	3,1%
...		
18 Castelo Branco	11,39 €	2,0%
19 Lisboa	11,17 €	1,9%
20 Guarda	11,47 €	1,6%

O segmento de medicamentos de marca (Branded) regista um crescimento de +4,4% no PVP médio face a junho homólogo. Esta variação de preços pode estar relacionada com o aumento de penetração de medicamentos inovadores para patologias crónicas cujo PVP médio é superior à média dos medicamentos Branded. Também nos OTC de marca se observa um aumento médio de +7,3% no PVP médio face ao mês homólogo.

A tendência oposta verificada no segmento Patient Care, decréscimo de -8,8% no PVP médio, pode ser explicada pelo aumento excepcional de vendas de produtos como máscaras, soluções de desinfeção e luvas, todos eles com um preço médio inferior à média deste segmento.

Em termos regionais registam-se, salvo algumas exceções, PVP médios superiores ao PVP nacional nos distritos a norte do rio Tejo e inferiores a sul. O distrito de Beja regista o maior aumento de PVP médio do país, com uma variação de +3,3% no acumulado dos últimos 12 meses (MAT) face ao período homólogo.

Análise de PVP médio por escalões de preços

ESCALÃO	Pharma Market				Prescription Branded				Prescription Generic			
	Junho 2020		MAT		Junho 2020		MAT		Junho 2020		MAT	
	PVP MÉDIO	VARIAÇÃO	PVP MÉDIO	VARIAÇÃO	PVP MÉDIO	VARIAÇÃO	PVP MÉDIO	VARIAÇÃO	PVP MÉDIO	VARIAÇÃO	PVP MÉDIO	VARIAÇÃO
1	4,43 €	0,9%	4,40 €	0,0%	4,37 €	0,3%	4,35 €	0,0%	4,33 €	1,1%	4,29 €	-0,7%
2	8,47 €	2,0%	8,36 €	1,5%	8,49 €	0,6%	8,51 €	0,3%	8,71 €	-0,3%	8,71 €	-0,4%
3	11,96 €	0,8%	11,93 €	0,4%	12,23 €	0,1%	12,20 €	-0,3%	11,86 €	-0,3%	11,84 €	-0,6%
4	18,76 €	-0,4%	18,88 €	-0,8%	19,02 €	-1,2%	19,22 €	-1,8%	18,30 €	-0,6%	18,39 €	-0,9%
5	42,91 €	-0,9%	43,31 €	-0,8%	43,35 €	-0,8%	43,77 €	-0,8%	37,97 €	-0,9%	38,12 €	-0,5%
6	92,54 €	-2,6%	93,92 €	-1,4%	92,64 €	-2,6%	94,03 €	-1,4%	75,72 €	0,2%	76,18 €	-0,1%
TOTAL	11,41 €	4,4%	11,26 €	5,9%	14,77 €	4,4%	14,31 €	4,7%	7,26 €	2,4%	7,12 €	0,4%

ESCALÃO	Non Prescription Branded				Non Prescription Generic			
	Junho 2020		MAT		Junho 2020		MAT	
	PVP MÉDIO	VARIAÇÃO	PVP MÉDIO	VARIAÇÃO	PVP MÉDIO	VARIAÇÃO	PVP MÉDIO	VARIAÇÃO
1	5,20 €	4,2%	5,05 €	2,6%	4,33 €	1,4%	4,31 €	-0,2%
2	8,11 €	5,0%	7,94 €	3,9%	7,46 €	2,3%	7,45 €	2,3%
3	11,52 €	3,7%	11,47 €	3,1%	12,89 €	1,2%	12,75 €	1,1%
4	18,48 €	2,7%	18,29 €	2,9%	18,71 €	-1,7%	18,66 €	3,9%
5	39,89 €	0,5%	40,02 €	1,2%	36,46 €	-4,0%	35,70 €	6,3%
6	87,69 €	12,9%	83,03 €	10,0%				
TOTAL	9,29 €	7,8%	8,58 €	3,5%	6,22 €	-1,6%	5,99 €	-5,0%

É o escalão 2 que apresenta as variações mais expressivas no valor de PVP médio face a jun'19, um aumento de +1,5% no global do escalão, +3,9% nos Medicamentos Não Sujeitos a Receita Médica (MNSRM) de marca, +2,3% nos MNSRM genéricos, +0,3% nos Medicamentos Sujeitos a Receita Médica (MSRM) de marca, e um ligeiro decréscimo de -0,4% nos MSRM genéricos.

Na análise mensal de entrada de novos produtos destaca-se o contributo do escalão 4 que associado a apenas 12,6% do total de entradas (#11 referências) no mês de jun'20, representa 81,2% do Sell-Out em valor dos novos produtos em junho.

Análise de entrada de novos produtos

ESCALÃO	Junho 2020					MAT Junho 2020				
	VALOR		VOLUME			VALOR		VOLUME		
	€	Q.M.	UNID.	Q.M.	# NOVOS PRODUTOS	€	Q.M.	UNID.	Q.M.	# NOVOS PRODUTOS
1	2 793 €	0,0%	493	0,0%	31	1 915 171 €	0,3%	378 241	0,3%	588
2	541 €	0,0%	63	0,0%	18	2 383 182 €	0,6%	286 908	0,6%	207
3	3 803 €	0,0%	313	0,0%	12	7 546 199 €	2,5%	660 877	2,6%	155
4	60 483 €	0,2%	3 765	0,2%	11	5 935 798 €	1,3%	297 496	1,2%	198
5	2 726 €	0,0%	67	0,0%	11	7 783 307 €	1,0%	183 028	1,0%	128
6	4 170 €	0,0%	44	0,0%	4	642 441 €	0,2%	5 181	0,1%	32
TOTAL	74 516 €	0,0%	4 745	0,0%	87	26 206 098 €	0,9%	1 811 731	0,7%	1 308

MARKET WATCH PORTUGAL – JUNHO 2020 – MERCADO FARMÁCIA

Pharma Market

ATC3 em valor | TOP 5 em MAT Junho 2020

ATC3	M€	Q.M.	Var.
1 A10N - Antidiabéticos inibidores da DPP-IV	172,0	5,8%	3,2%
2 B01F - Inibidores directos do Factor Xa	149,5	5,1%	22,2%
3 N06A - Antidepressivos e estabilizadores do humor	112,4	3,8%	6,4%
4 C10A - Reguladores do colesterol e triglicérideos	111,1	3,8%	4,5%
5 C09D - Associações de antagonistas da angiotensina-II	100,0	3,4%	10,5%

ATC3 em unidades | TOP 5 em MAT Junho 2020

ATC3	M Unid	Q.M.	Var.
1 N02B - Analgésicos não narcóticos e antipiréticos	25,7	9,6%	10,2%
2 C10A - Reguladores do colesterol e triglicérideos	13,0	4,8%	8,5%
3 N05C - Ansiolíticos	11,1	4,1%	0,4%
4 N06A - Antidepressivos e estabilizadores do humor	10,6	4,0%	8,3%
5 A02B - Antiulcerosos	8,8	3,3%	4,0%

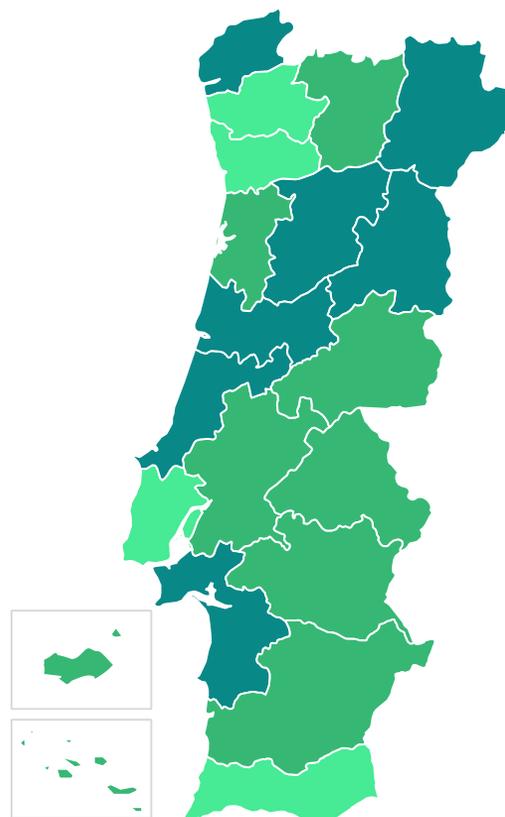
ATC3 - maiores variações absolutas em valor | MAT Junho 2020

ATC3	Var. Abs. M€	Var.
1 B01F - Inibidores directos do Factor Xa	27,15	22,2%
2 A10P - Antidiabéticos inibidores do co-transportador de sódio e glucose 2 (SGLT2)	25,47	54,5%
3 A10S - Agonista do GLP-1	12,39	43,4%
(...)		
244 J01C - Penicilinas de largo espectro	-2,56	-10,9%
245 M01A - Antireumáticos não esteróides	-2,85	-5,1%
246 M05X - Outros produtos para o sistema músculo-esquelético	-3,76	-24,8%

ATC3 - maiores variações absolutas em unidades | MAT Junho 2020

ATC3	Var. Abs. M Unid.	Var.
1 N02B - Analgésicos não narcóticos e antipiréticos	2,37	10,2%
2 C10A - Reguladores do colesterol e triglicérideos	1,02	8,5%
3 N06A - Antidepressivos e estabilizadores do humor	0,82	8,3%
(...)		
244 R05C - Expectorantes	-0,33	-10,7%
245 J01C - Penicilinas de largo espectro	-0,38	-9,9%
246 M01A - Antireumáticos não esteróides	-0,53	-5,7%

Visão Geral Nacional



Legenda:

- MI & EVOL >=100
- MI >= 100 & EVOL < 100
- MI < 100 & EVOL >=100
- MI & EVOL < 100

No acumulado dos últimos 12 meses (MAT jun'20) a classe terapêutica "A10N - Antidiabéticos inibidores da DPP-IV" lidera o Sell-Out em valor no segmento Pharma, com uma quota de mercado de 5,8% e um crescimento de +3,2% face ao período homólogo.

Destaca-se também a classe "B01F - Inibidores directos do Factor Xa" com um crescimento acentuado no Sell-Out em valor face ao período homólogo (+22,2%, +27,15M€).

No que respeita ao Sell-Out em volume, salienta-se o crescimento de +10,2% da classe "N02B - Analgésicos não narcóticos e antipiréticos", os quais representam 9,6% do volume do mercado Pharmaceutical (25,7M Unid.).

Numa perspetiva regional constata-se que a generalidade dos distritos do norte do país apresenta um *Market Index* (MI) e um *Evolution Index* (EVOL) iguais ou superiores a 100. Isto significa que nestes distritos o segmento Pharma (Branded e MGs) apresenta um peso superior à média nacional e, com tendência, para continuar a aumentar.

No extremo oposto surgem os distritos de Braga, Porto, Lisboa e Faro, nos quais o segmento Pharma apresenta menor peso face à média nacional. Nos distritos de Lisboa e Faro o peso do segmento de Consumer HealthCare é predominante face à realidade dos outros distritos do país.

MARKET WATCH PORTUGAL – JUNHO 2020 – MERCADO FARMÁCIA

Pharma Market | Branded

ATC3 em valor | TOP 5 em MAT Junho 2020

ATC3	M€	Q.M.	Var.
1 A10N - Antidiabéticos inibidores da DPP-IV	172,0	7,4%	3,2%
2 B01F - Inibidores directos do Factor Xa	149,5	6,4%	22,2%
3 N02B - Analgésicos não narcóticos e antipiréticos	82,5	3,5%	10,0%
4 A10C - Insulinas humanas e análogos	80,2	3,4%	9,5%
5 C09D - Associações de antagonistas da angiotensina-II	72,3	3,1%	11,8%

ATC3 em unidades | TOP 5 em MAT Junho 2020

ATC3	M Unid.	Q.M.	Var.
1 N02B - Analgésicos não narcóticos e antipiréticos	19,6	10,9%	8,9%
2 N05C - Ansiolíticos	7,6	4,2%	-1,1%
3 B01C - Inibidores da agregação plaquetária	6,1	3,4%	0,6%
4 M01A - Antireumáticos não esteróides	5,3	3,0%	-6,5%
5 R06A - Anti-histamínicos sistémicos	4,3	2,4%	-2,2%

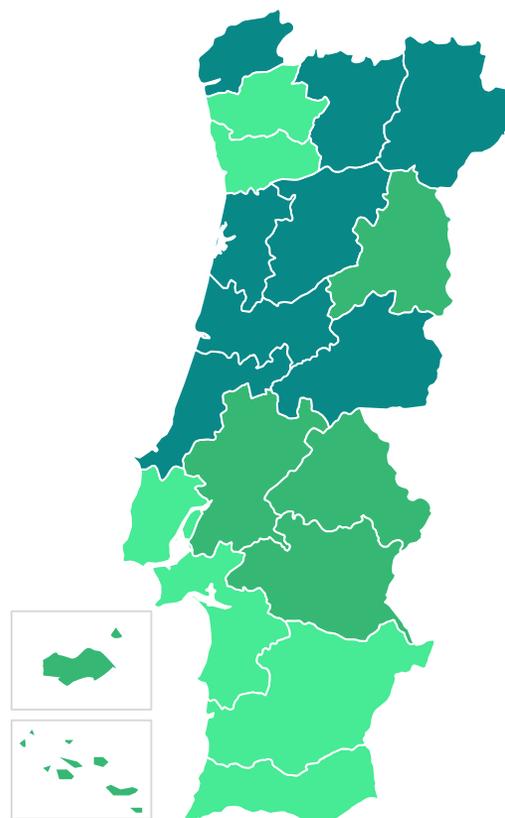
ATC3 - maiores variações absolutas em valor | MAT Junho 2020

ATC3	Var. Abs. M€	Var.
1 B01F - Inibidores directos do Factor Xa	27,15	22,2%
2 A10P - Antidiabéticos inibidores do co-transportador de sódio e glucose 2 (SGLT2)	25,47	54,5%
3 A10S - Agonista do GLP-1	12,39	43,4%
(...)		
244 M01A - Antireumáticos não esteróides	-2,27	-5,7%
245 M05X - Outros produtos para o sistema músculo-esquelético	-2,47	-22,1%
246 G04E - Produtos para a disfunção eréctil	-2,47	-23,4%

ATC3 - maiores variações absolutas em unidades | MAT Junho 2020

ATC3	Var. Abs. M Unid.	Var.
1 N02B - Analgésicos não narcóticos e antipiréticos	1,60	8,9%
2 A10P - Antidiabéticos inibidores do co-transportador de sódio e glucose 2 (SGLT2)	0,56	55,2%
3 B01F - Inibidores directos do Factor Xa	0,40	24,7%
(...)		
244 J01C - Penicilinas de largo espectro	-0,24	-10,0%
245 R05C - Expectorantes	-0,26	-10,1%
246 M01A - Antireumáticos não esteróides	-0,37	-6,5%

Visão Geral Nacional



Legenda:

- MI & EVOL >=100
- MI >= 100 & EVOL < 100
- MI < 100 & EVOL >=100
- MI & EVOL < 100

As classes terapêuticas com maior peso em valor para o mercado Pharma são classes onde os medicamentos Branded predominam, razão pela qual as classes A10N e B01F mantêm a liderança das vendas neste segmento, com uma quota de mercado em valor de 7,4% e 6,4% respetivamente.

Salienta-se também o crescimento absoluto de +37,9M€ das classes de antidiabéticos "A10P - Antidiabéticos inibidores do co-transportador de sódio e glucose 2 (SGLT2)" e "A10S - Agonista do GLP-1", ambas com medicamentos inovadores.

No que respeita ao Sell-Out de medicamentos de marca (Branded) observam-se, entre os distritos portugueses, tendências distintas. Os distritos a norte do rio Tejo, com exceção de Braga, Porto e Lisboa, são aqueles onde o segmento Branded apresenta um peso superior à média nacional e com uma tendência de aumento.

No extremo oposto surgem os distritos de Braga, Porto, Lisboa, Setúbal, Beja e Faro, nos quais o segmento Branded apresenta menor peso face à média nacional.

MARKET WATCH PORTUGAL – JUNHO 2020 – MERCADO FARMÁCIA

Pharma Market | Generic

DCI em valor | TOP 5 em MAT Junho 2020

DCI	M€	Q.M.	Var.
1 Atorvastatina	30,2	4,8%	10,8%
2 Quetiapina	16,7	2,6%	12,6%
3 Sinvastatina	15,6	2,5%	-5,2%
4 Omeprazol	15,3	2,4%	0,3%
5 Rosuvastatina	14,4	2,3%	21,7%

DCI em unidades | TOP 5 em MAT Junho 2020

DCI	M Unid.	Q.M.	Var.
1 Atorvastatina	5,4	6,0%	14,0%
2 Paracetamol	3,4	3,8%	27,2%
3 Sinvastatina	2,9	3,2%	-3,7%
4 Metformina	2,8	3,2%	4,9%
5 Pantoprazol	2,7	3,0%	8,2%

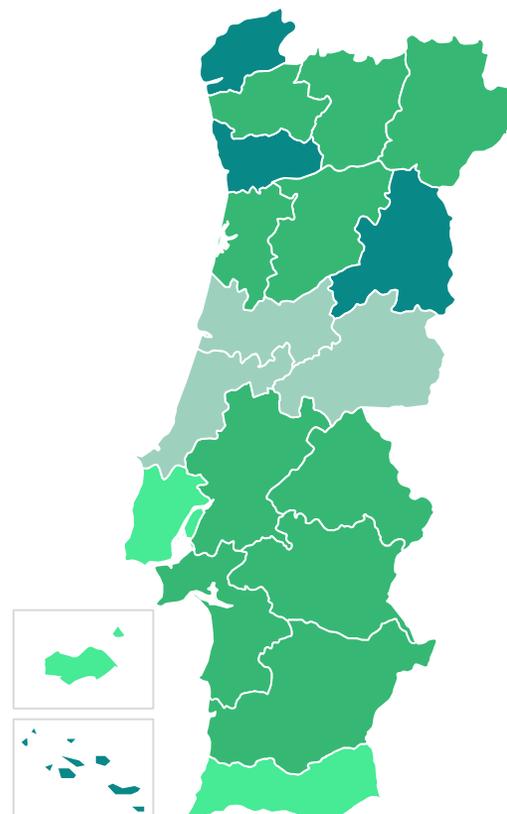
DCI - maiores variações absolutas em valor | MAT Junho 2020

DCI	Var. Abs. M€	Var.
1 Atorvastatina	2,95	10,8%
2 Rosuvastatina	2,55	21,7%
3 Quetiapina	1,86	12,6%
(...)		
289 Sinvastatina	-0,85	-5,2%
290 Ranitidina	-1,22	-72,8%
291 Glucosamina	-1,29	-32,6%

DCI - maiores variações absolutas em unidades | MAT Junho 2020

DCI	Var. Abs. M Unid.	Var.
1 Paracetamol	0,73	27,2%
2 Atorvastatina	0,66	14,0%
3 Rosuvastatina	0,32	32,4%
292 Sinvastatina	-0,11	-3,7%
293 Ranitidina	-0,11	-73,4%
294 Azitromicina	-0,12	-13,7%

Visão Geral Nacional



Legenda:

- MI & EVOL >= 100
- MI >= 100 & EVOL < 100
- MI < 100 & EVOL >= 100
- MI & EVOL < 100

O TOP5 de DCIs em valor representam 14,6% do mercado de Medicamentos Genéricos (MGs). A **Atorvastatina**, DCI com maior peso neste segmento (4,8% em valor e 6,0% em unidades), apresenta uma tendência de crescimento mais marcada em unidades +14% vs. em valor +10,8% devido à opção de MG's e à erosão de preço que estes medicamentos têm sofrido.

A rápida penetração verificada na classe "**C10A - Reguladores do colesterol e triglicéridos**" pode ter impulsionado fenómenos de *switch* terapêutico entre DCIs da mesma classe terapêutica. A **Rosuvastatina** (com um aumento de Sell-Out de +21,7% em valor e +32,4% em volume) pode estar a contribuir para a queda da **Sinvastatina** (com perdas de -5,2% em valor e -3,7% em volume).

Salienta-se ainda o crescimento de +1,8M€ no Sell-Out em valor de Amlodipina + Valsartan MGs no MAT jun'20 face ao período homólogo, fruto da entrada de vários novos *players* no mercado da DCI e da constituição do GH.

Numa análise territorial verifica-se que os distritos do Porto, Braga e Guarda são onde o segmento de MGs apresenta um peso superior à média nacional e com uma tendência de aumento.

Com uma tendência inversa encontram-se os distritos de Coimbra, Castelo Branco, Lisboa e Região Autónoma da Madeira, onde este segmento apresenta menor peso face à média nacional, e com tendência de redução.

MARKET WATCH PORTUGAL – JUNHO 2020 – MERCADO FARMÁCIA

Consumer Healthcare Market

Classe HMR3 em valor | TOP 5 em MAT Junho 2020

HMR3	M€	Q.M.	Var.
1 H10.1.1. - Anti-Inflamatórios e Anti-Reumáticos	51,9	4,7%	2,2%
2 H26.4.4. - Glicemia	48,6	4,4%	-2,6%
3 H08.1.1. - Tratamento e cuidado de pernas pesadas	33,2	3,0%	7,1%
4 H04.2.3. - Laxantes	30,4	2,7%	3,9%
5 H02.1.1. - Analgésicos e Antipiréticos	29,8	2,7%	14,7%

Classe HMR3 em unidades | TOP 5 em MAT Junho 2020

HMR3	M Unid.	Q.M.	Var.
1 H02.1.1. - Analgésicos e Antipiréticos	6,4	6,1%	11,6%
2 H10.1.1. - Anti-Inflamatórios e Anti-Reumáticos	3,9	3,7%	-2,6%
3 H04.2.3. - Laxantes	3,7	3,5%	-0,1%
4 H01.4.1. - Antigripais	3,4	3,3%	-2,3%
5 H01.2.1. - Inflamação Garganta	3,1	2,9%	-3,4%

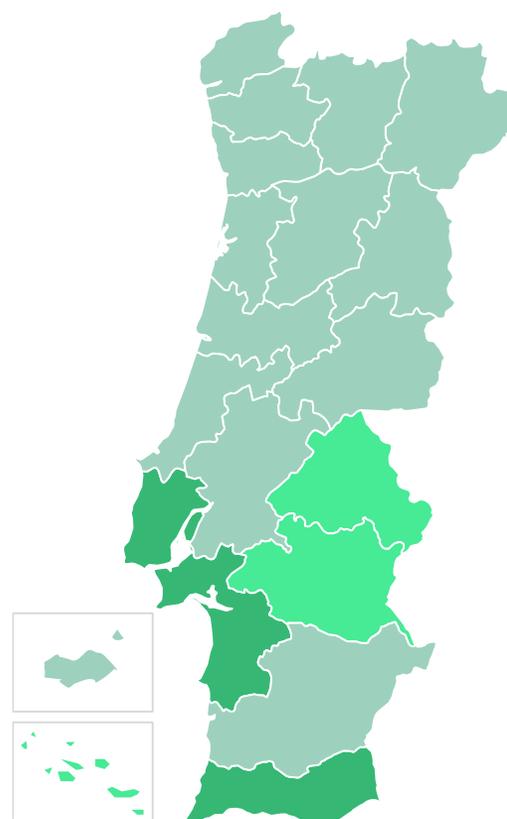
Classe HMR3 - maiores variações absolutas em valor | MAT Junho 2020

HMR3	Var. Abs. M€	Var.
1 H26.4.11. - Medição glicose flash	8,56	48,9%
2 H09.1.4. - Desinfectante pele e anti-séptico	5,28	365,4%
3 H20.31.3. - Material descartável	4,43	637,0%
(...)		
495 H01.1.1. - Expectorantes	-1,82	-7,9%
496 H10.2.1. - Prevenção e/ou alívio de dores articulares	-2,96	-11,0%
497 H17.9.3. - Protector solar adulto	-3,67	-16,4%

Classe HMR3 - maiores variações absolutas em unidades | MAT Junho 2020

HMR3	Var. Abs. M Unid.	Var.
1 H22.2.1. - Antisépticos e desinfectantes	1,20	143,6%
2 H20.3.3. - Máscaras	1,07	773,5%
3 H20.31.3. - Material descartável	1,02	523,5%
(...)		
495 H17.9.3. - Protector solar adulto	-0,20	-18,4%
496 H10.2.1. - Prevenção e/ou alívio de dores articulares	-0,24	-16,1%
497 H01.1.1. - Expectorantes	-0,27	-9,5%

Visão Geral Nacional



Legenda:

- MI & EVOL >=100
- MI >= 100 & EVOL < 100
- MI < 100 & EVOL >=100
- MI & EVOL < 100

O TOP5 de classes HMR3 em valor representam 17,4% do Sell Out do segmento Consumer HealthCare (CHC). A classe "H10.1.1. - Anti-Inflamatórios e Anti-Reumáticos" mantém a liderança (quota de mercado em valor de 4,7%) e regista um aumento de +2,2% face ao período homólogo.

Em termos de ganhos absolutos em valor salienta-se a classe "H26.4.11. - Medição glicose flash" com um crescimento acentuado em valor face ao período homólogo (+48,9%, +8,56M€).

No que respeita ao Sell Out em volume, salienta-se o crescimento consistente de +11,6%, +1,2M unidades da classe "H02.1.1. - Analgésicos e Antipiréticos", os quais são usados no tratamento sintomático associado à infeção pelo novo coronavírus. Numa análise absoluta, destaca-se também o crescimento das classes contendo máscaras e outro material de proteção individual "H20.3.3. - Máscaras", "H20.31.3. - Material descartável" e "H22.2.1. - Antisépticos e desinfectantes" respetivamente com +773,5%, +523,5% e +143,6% face ao MAT homólogo.

Os distritos de Lisboa, Setúbal e Faro são aqueles onde o segmento CHC apresenta um peso superior à média nacional, mas com tendência decrescente (MI maior ou igual a 100 e EVOL menor que 100).

Por oposição destacam-se os distritos do norte do país e Beja, onde este segmento apresenta um menor peso face à média nacional, e com tendência decrescente (MI e EVOL inferiores a 100).

MARKET WATCH PORTUGAL – JUNHO 2020 – MERCADO FARMÁCIA

Consumer Healthcare Market | TOPs (1/2)



OTCs em valor

MAT Junho 2020

HMR3	M€	Q.M.	Var.
1 H10.1.1. - Anti-Inflamatórios e Anti-Reumáticos	47,7	12,1%	1,8%
2 H02.1.1. - Analgésicos e Antipiréticos	29,7	7,6%	14,7%
3 H08.1.1. - Tratamento e cuidado de pernas pesadas	28,8	7,3%	9,5%

Supplements em valor

MAT Junho 2020

HMR3	M€	Q.M.	Var.
1 H05.1.1. - Multivitaminas com Minerais	23,6	13,5%	13,2%
2 H02.4.1. - Estimulante Cérebro e Memória	14,2	8,2%	-3,7%
3 H10.2.1. - Prevenção e/ou alívio de dores articulares	13,7	7,9%	6,2%

Personal Care em valor

MAT Junho 2020

HMR3	M€	Q.M.	Var.
1 H16.4.1. - Anti envelhecimento e anti rugas mulher	25,3	11,6%	-2,2%
2 H17.9.3. - Protector solar adulto	18,1	8,3%	-16,7%
3 H09.1.11. - Dermatite Atópica	10,5	4,8%	1,7%

OTCs em unidades

MAT Junho 2020

HMR3	M uni.	Q.M.	Var.
1 H02.1.1. - Analgésicos e Antipiréticos	6,4	13,6%	11,6%
2 H10.1.1. - Anti-Inflamatórios e Anti-Reumáticos	3,6	7,7%	-3,2%
3 H01.4.1. - Antigripais	3,4	7,3%	-2,4%

Supplements em unidades

MAT Junho 2020

HMR3	M uni.	Q.M.	Var.
1 H05.1.1. - Multivitaminas com Minerais	1,1	11,8%	11,1%
2 H04.2.4. - Reguladores da flora intestinal	0,6	6,6%	-4,5%
3 H05.4.1. - Suplementos Magnésio	0,6	6,4%	1,4%

Personal Care em unidades

MAT Junho 2020

HMR3	M uni.	Q.M.	Var.
1 H31.1.1. - Dentífrico para adultos	1,1	7,3%	-0,8%
2 H17.9.3. - Protector solar adulto	0,9	5,7%	-18,7%
3 H31.1.3. - Escova dentária para adultos	0,6	4,3%	-5,2%

OTC

No TOP 10 em valor de OTC a Servier é a única companhia a apresentar crescimentos versus o mês homólogo (+19,7% em valor e +25,6% em volume). Esta empresa ocupa a quinta posição no ranking do segmento (MAT jun'20).

O TOP 3 companhias neste segmento é ocupado por: GSK Consumer Healthcare, Johnson & Johnson e Mylan. Estas três companhias representam mais de 28% do total deste segmento.

SUPPLEMENTS

Farmodiética mantém liderança no ranking do segmento, mas dentro do TOP 5 companhias (Farmodiética, Angelini, GSK Consumer Healthcare, Perrigo e Silfarmapulus), a Perrigo é a que apresenta o maior crescimento face ao mês homólogo, quer em valor, +15,6%, quer em volume, +21,1%.

O TOP 5 de companhias neste segmento de mercado representa, em MAT jun'20 e em valor, 34,3% do segmento.

PERSONAL CARE

No TOP 5 - Pierre Fabre Dermo-Cosmétique, Cosmética Activa, Isdin, NAOS, Laboratoires Uriage - todas as companhias decrescem fortemente em valor (entre -8,6% e -22,4%) e em volume (entre -3,4% e -21%). As 3 primeiras companhias apresentam quedas superiores ao segmento Personal Care.

O segmento de mercado Personal Care apresenta uma elevada concentração, pois as companhias que ocupam o Top 5, representam em MAT Jun'20 48,6% (em valor) e 51% (em volume) do total do mercado.

MARKET WATCH PORTUGAL – JUNHO 2020 – MERCADO FARMÁCIA

Consumer Healthcare Market | TOPs (2/2)



Patient Care em valor

MAT Junho 2020

HMR3	M€	Q.M.	Var.
1 H26.4.4. - Glicemia	48,6	16,6%	-2,6%
2 H26.4.11. - Medição glicose flash	26,1	8,9%	48,9%
3 H07.1.1. - Lubrificantes e lágrimas artificiais	18,9	6,5%	7,7%

Nutrition em valor

MAT Junho 2020

HMR3	M€	Q.M.	Var.
1 H13.4.6. - Alimentação específica para doenças metabólicas	3,9	11,8%	5,5%
2 H14.6.11. - Leite Confort	3,7	11,3%	18,7%
3 H14.6.1. - Leite Regular	3,6	10,9%	-3,8%

Homeopathy em valor

MAT Junho 2020

HMR3	M€	Q.M.	Var.
1 H10.1.1. - Anti-Inflamatórios e Anti-Reumáticos	0,14	15,8%	-13,6%
2 H03.2.1. - Preparações imunológicas e anti-oxidantes	0,12	13,4%	5,3%
3 H02.2.1. - Tranquilizantes Adulto	0,09	10,0%	-7,5%

Patient Care em unidades

MAT Junho 2020

HMR3	M uni.	Q.M.	Var.
1 H26.4.4. - Glicemia	2,7	8,9%	-0,3%
2 H22.2.1. - Antissépticos e desinfetantes	2,0	6,6%	143,6%
3 H07.1.1. - Lubrificantes e lágrimas artificiais	1,5	4,9%	4,3%

Nutrition em unidades

MAT Junho 2020

HMR3	M uni.	Q.M.	Var.
1 H13.3.1. - Substitutos de Refeições	0,4	14,2%	-3,6%
2 H14.2.1. - Papas	0,3	10,8%	-7,9%
3 H14.6.1. - Leite Regular	0,3	10,7%	-4,3%

Homeopathy em unidades

MAT Junho 2020

HMR3	M uni.	Q.M.	Var.
1 H10.1.1. - Anti-Inflamatórios e Anti-Reumáticos	0,03	20,0%	-12,8%
2 H04.1.2. - Digestivos incluindo enzimas	0,01	8,7%	-14,6%
3 H02.2.1. - Tranquilizantes Adulto	0,01	8,6%	0,7%

PATIENT CARE

Tomando o TOP 5 das companhias em valor no período MAT jun'20 (Abbott Diabetes Care, GSK Consumer Healthcare, Lifescan, Ascensia Diabetes Care e Roche Sistemas de Diagnóstico), podemos verificar que a companhia líder (Abbott Diabetes Care) apresenta um forte crescimento, comparativamente com o mês homólogo (+32,4% em volume e + 65,9% em valor)

O TOP 5 companhias, representa no período de MAT junho 2020 12,9% (em volume) e 26,9% (em valor).

NUTRITION

No TOP 5 das companhias em MAT junho 2020 em valor (Nestlé Portugal, Nutricia, Milupa, Alter e Farmodietica) a Nestlé Portugal reforça este mês a liderança do ranking de companhias. Neste mês face a igual período do ano passado cresce 13,6% em valor e 4,5% em volume.

O TOP 5 representa, no referido MAT junho 2020 de 80,3% em volume e 77,5% em valor.

HOMEOPATHY

É o segmento que em junho mais perde em termos relativos tanto em valor como em unidades.

A classe terapêutica líder apresenta perdas em valor de -13,6% e em volume de -12,8% face a junho de 2019.

Consumer Healthcare Market – Maiores Variações Absolutas

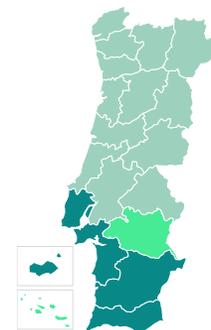
OTC | MAT Junho 2020

Distrito	Var. €
1 Castelo Branco	4,7%
2 R.A. Madeira	4,5%
3 Évora	4,0%
(...)	
18 Vila Real	-0,9%
19 Guarda	-1,5%
20 Faro	-2,7%



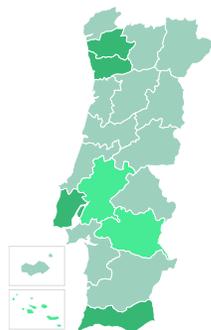
Supplements | MAT Junho 2020

Distrito	Var. €
1 R.A. Açores	12,2%
2 Beja	10,5%
3 R.A. Madeira	10,5%
(...)	
18 Vila Real	1,3%
19 Viana do Castelo	0,3%
20 Bragança	-1,6%



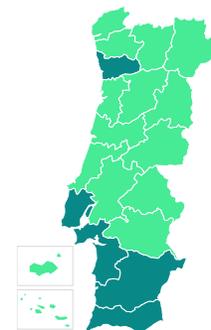
Personal Care | MAT Junho 2020

Distrito	Var. €
1 Santarém	8,4%
2 Évora	7,1%
3 R.A. Açores	7,1%
(...)	
18 Lisboa	-5,9%
19 Bragança	-6,4%
20 Faro	-9,5%



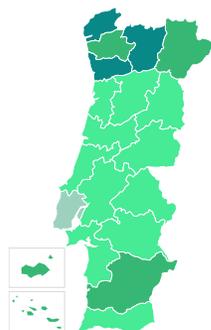
Patient Care | MAT Junho 2020

Distrito	Var. €
1 Portalegre	17,8%
2 R.A. Madeira	13,2%
3 Évora	12,8%
(...)	
18 Bragança	7,6%
19 Guarda	6,3%
20 Faro	2,7%



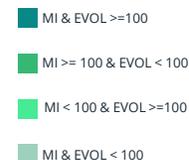
Nutrition | MAT Junho 2020

Distrito	Var. €
1 Évora	33,2%
2 Vila Real	30,2%
3 Viseu	18,3%
(...)	
18 Lisboa	1,9%
19 Bragança	0,3%
20 Beja	-5,4%



Homeopathy | MAT Junho 2020

Distrito	Var. €
1 Évora	21,7%
2 Castelo Branco	17,8%
3 Setúbal	17,5%
(...)	
18 Guarda	6,4%
19 Faro	6,3%
20 R.A. Açores	0,0%



O distrito de Évora encontra-se presente no ranking (TOP3) de ganhos relativos em valor no acumulado dos últimos 12 meses na maioria dos segmentos. As Regiões Autónomas da Madeira e dos Açores, por outro lado, mostram crescimentos superiores nos segmentos OTC e Supplements, respetivamente com +4,5% e +12,2%.

Os distritos de Bragança, Guarda e Vila Real, em oposição, registam perdas ou crescimento reduzido se comparado com o verificado noutros distritos em praticamente todos os segmentos.

A análise territorial mostra que os distritos do norte interior são os que apresentam menor tendência de crescimento para os vários segmento (EVOL inferior a 100). Muitos destes distritos apresentam igualmente MI igual ou inferior à média nacional, como sucede com os OTC.

FICHA TÉCNICA

MARKET WATCH PORTUGAL – JUNHO 2020



Âmbito

Evolução mensal do Mercado de Farmácia em Portugal

Periodicidade

Mensal

Períodos Analisados

Anos Móveis - MAT Junho/19 e MAT Junho/20 | Meses - Junho/19 e Junho/20

Variáveis de estudo

Sell-Out – Vendas da farmácia ao consumidor e devoluções do consumidor à farmácia. As vendas em valor são valorizadas a Street Price (PVP praticado para o consumidor).

Segmentos

- Pharma market – Inclui todos os medicamentos com AIM (Autorização de Introdução no Mercado) válida em Portugal e que podem ser dispensados em Farmácia Comunitária.
- Consumer healthcare market – Composto por todos os produtos de cuidado e bem-estar pessoal, incluindo MNSRM e produtos de saúde compartilhados pelo SNS.
- Prescription branded medicines – Inclui MSRM não genéricos com AIM (Autorização de Introdução no Mercado) válida em Portugal, comercializados em Farmácia Comunitária.
- Prescription generic medicines – Inclui MSRM genéricos com AIM (Autorização de Introdução no Mercado) válida em Portugal, comercializados em Farmácia Comunitária.
- Non-Prescription branded OTC – Inclui MNSRM não genéricos com AIM (Autorização de Introdução no Mercado) válida em Portugal, comercializados em Farmácia Comunitária.
- Non-Prescription generic OTC – Inclui MNSRM genéricos com AIM (Autorização de Introdução no Mercado) válida em Portugal, comercializados em Farmácia Comunitária.

Universo farmácias HMR

Farmácias de oficina de Portugal (Continente e Ilhas) com venda ao público.

Painel farmácia HMR

Este relatório referente ao mês de Junho teve por base um painel de 2.450 farmácias num total de 2.908 pertencentes ao Universo considerado no estudo HMR. Foram consideradas todas as farmácias do continente e ilhas com venda ao público. Cobertura numérica = 84%.

- OTC – Over The Counter (Medicamentos não sujeitos a receita médica);
- Nutrition – Composto por produtos de nutrição, incluindo alimentação para fins medicinais específicos, dietas especiais e dietas para perda de peso. Abrange também fórmulas infantis.
- Patient Care – Composto por produtos para o cuidado do utente. Inclui dispositivos médicos destinados a múltiplas indicações e diversos acessórios.
- Supplements – Inclui suplementos alimentares usados para complementar um regime alimentar normal.
- Homeopathic – Inclui todos os produtos de saúde homeopáticos. Não contempla medicamentos homeopáticos com AIM (Autorização de Introdução no Mercado) válida em Portugal.
- Veterinary – Inclui medicamentos e produtos de saúde de uso veterinário.
- Others – Inclui produtos com baixa expressão mercado como matérias-primas e manipulados.

Glossário

- MSRM – Medicamento Sujeito a Receita Médica;
- MNSRM – Medicamento Não Sujeito a Receita Médica;
- Companhia – Empresa/Grupo responsável pela comercialização em Portugal. Fonte: HMR;
- MAT – Anos Móveis (Moving Annual Total);
- OTC – Over The Counter (Medicamentos de dispensa livre - com principio ativo);
- Evolution Index – compara a variação do produto (%) com a variação do mercado (%) a nível distrital;

$$EI = (1 + \text{Var do produto}\%) / (1 + \text{Var do Mercado}\%) \times 100$$

- Market Index – compara a quota de mercado do produto a nível distrital com a quota de mercado do produto a nível nacional.

$$MI = (\text{MS}\% \text{ Distrito}) / (\text{MS}\% \text{ Nacional}) \times 100$$



Knowledge for better health