

Market Watch Portugal

Julho 2021

No mês de Julho registou-se uma **variação positiva de +12,8% no Sell Out em valor** e uma **variação de +15,1% em unidades** face ao mesmo mês do ano anterior (período homólogo).

Em valor, esta variação é mais relevante no **segmento Consumer Health**, com uma **variação de +15,6% de Sell Out**, correspondendo a um **crescimento de +15,28 M€**.

Hugo Reis
Market Intelligence & Analytics
hugo.reis@hmr.co.com

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.

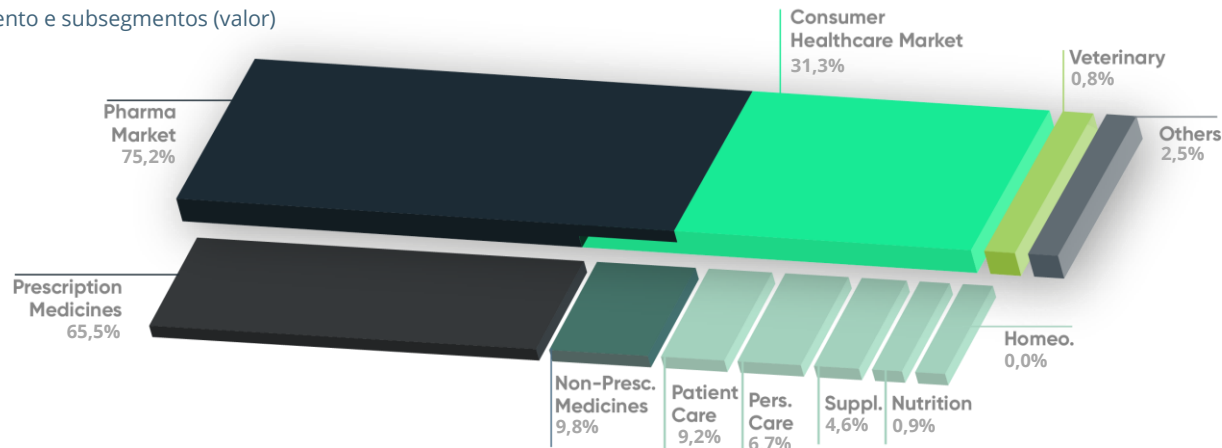


Mercado Total

Dinâmica do canal Farmácia

Julho 2021

Peso por segmento e subsegmentos (valor)



Dinâmica do canal Farmácia

Por subsegmentos

	Julho 2021						YTD Julho 2021					
	VALOR			VOLUME			VALOR			VOLUME		
	M€	Q.M.	VARIAÇÃO	M UNID.	Q.M.	VARIAÇÃO	M€	Q.M.	VARIAÇÃO	M UNID.	Q.M.	VARIAÇÃO
Mercado Total	361,4 €	100,0%	12,8%	31,7	100,0%	15,1%	2 215,7 €	100,0%	2,4%	190,1	100,0%	-1,4%
Pharma Market	271,9 €	75,2%	9,2%	24,0	75,9%	10,0%	1 733,5 €	78,2%	0,7%	152,2	80,1%	-1,9%
Consumer Healthcare	113,0 €	31,3%	15,6%	10,5	33,2%	21,9%	653,3 €	29,5%	2,0%	57,5	30,2%	-6,0%
Prescription Medicines	236,6 €	65,5%	8,2%	20,1	63,6%	9,1%	1 524,1 €	68,8%	1,6%	129,1	67,9%	0,1%
Branded	178,5 €	49,4%	7,9%	12,2	38,6%	9,1%	1 149,6 €	51,9%	1,0%	78,2	41,1%	-0,4%
Generic	58,1 €	16,1%	9,4%	7,9	25,0%	9,1%	374,5 €	16,9%	3,7%	50,9	26,8%	0,8%
Non Prescription (OTC)	35,4 €	9,8%	15,8%	3,9	12,3%	15,0%	209,4 €	9,5%	-5,8%	23,1	12,1%	-11,8%
Branded	33,8 €	9,4%	15,8%	3,6	11,5%	14,6%	199,9 €	9,0%	-5,8%	21,6	11,3%	-11,9%
Generic	1,5 €	0,4%	17,8%	0,3	0,8%	20,9%	9,5 €	0,4%	-6,3%	1,5	0,8%	-10,7%
Homeopathy	0,1 €	0,0%	7,9%	0,0	0,0%	6,9%	0,5 €	0,0%	3,5%	0,1	0,0%	-2,5%
Nutrition	3,4 €	0,9%	15,7%	0,2	0,7%	11,4%	20,8 €	0,9%	9,0%	1,5	0,8%	7,1%
Patient Care	33,4 €	9,2%	33,7%	4,0	12,6%	47,7%	177,4 €	8,0%	1,9%	18,3	9,6%	-6,8%
Personal Care	24,1 €	6,7%	-0,7%	1,5	4,8%	-1,7%	136,0 €	6,1%	10,1%	8,8	4,7%	6,3%
Supplements	16,7 €	4,6%	11,5%	0,9	2,7%	11,8%	109,3 €	4,9%	8,4%	5,8	3,0%	2,6%
Others	8,9 €	2,5%	577,7%	0,8	2,6%	276,0%	21,4 €	1,0%	160,3%	2,3	1,2%	59,6%
Veterinary	2,9 €	0,8%	6,6%	0,2	0,6%	0,5%	17,0 €	0,8%	8,0%	1,2	0,6%	2,9%

No mês de Julho de 2021 o mercado farmacêutico registou uma variação positiva de +12,8% no Sell Out em valor e uma variação de +15,1% em unidades face ao mesmo mês do ano anterior (período homólogo).

Em valor, esta variação é ainda mais marcada no segmento **Consumer Health**, com uma variação de +15,6% de Sell Out, correspondendo a um acréscimo de +15,28 M€. Em volume, a variação é de +1,89 M Unid, +21,9%. Dentro do segmento CH o crescimento de Sell Out em valor e em unidades é mais significativo no subsegmento de **OTC Generic** (respetivamente +17,8% e +20,9%).

O segmento **Pharmaceutical** apresenta igualmente uma variação positiva face ao mês homólogo tanto em valor como em volume (respetivamente +9,2% e +10,0%). Ao nível do **Prescription Medicines**, o subsegmento de **Generic** apresenta também um crescimento acentuado em volume (+9,1%, em linha com o crescimento em volume do segmento Branded) face ao mês homólogo.

Com exceção do segmento Personal Care, com uma variação negativa no SO valor, -0,7%, e em volume, -1,7%, face ao mês homólogo, os restantes segmentos apresentam uma tendência positiva.

O comportamento do mercado nos seis primeiros meses do ano (YTD Julho 2021), mantém conforme o mês anterior (Junho 2021) uma tendência de variação positiva em valor, nomeadamente face ao contexto de pandemia de COVID-19.

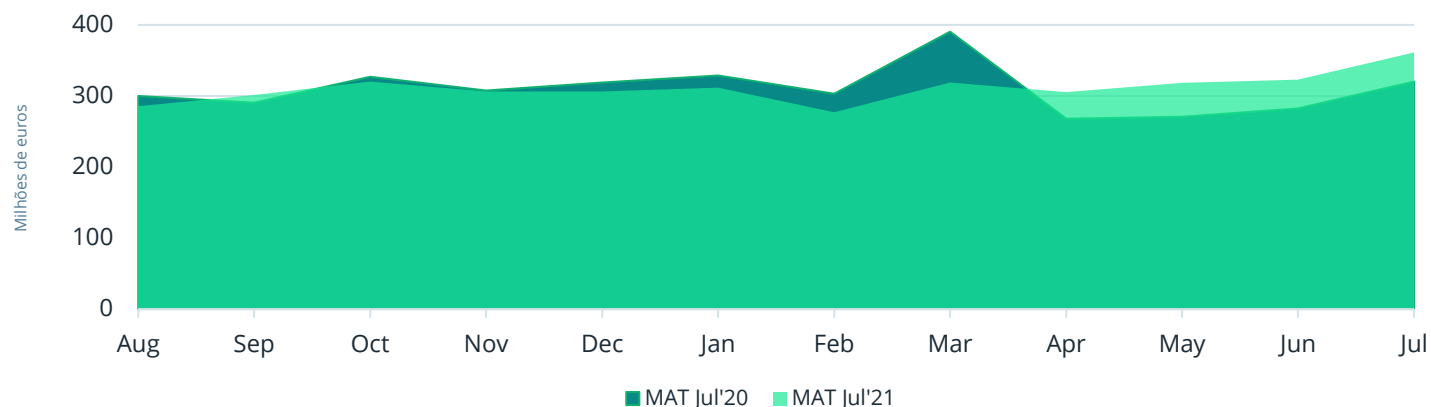
No YTD Jul'21 o mercado apresenta assim uma variação positiva em valor (+2,4%) e uma variação negativa em volume (-1,4%).

Neste período o segmento **Consumer Health** recupera o Sell Out em valor face ao homólogo (+2,0%), ainda com uma contração em unidades (-6,0%). Todavia mantendo uma trajetória positiva de recuperação.

Mercado Total

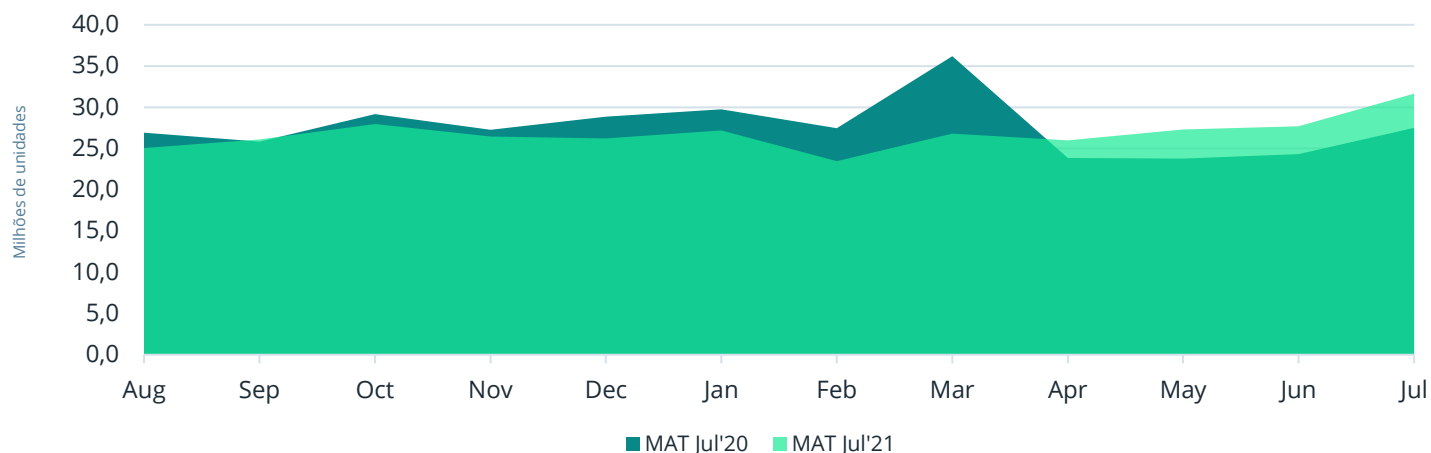
Evolução mensal em valor

Julho 2020 – Julho 2021



Evolução mensal em volume

Julho 2020 – Julho 2021



Comparativamente com o mês homólogo, em Julho'21 o mercado apresenta uma variação mais acentuada em volume do que em valor (respetivamente de +15,1% e +12,8%).

Regista-se também uma variação positiva face ao mês de Junho'21 (+11,9% e +14,3% em valor e volume, respetivamente).

O crescimento registado no mês de Julho'21 assume particular relevância uma vez que reforça o crescimento do mercado observado desde o mês de Abril'21 face aos períodos homólogos. Nestes últimos quatro meses não só o valor e volume de mercado superam o registado no período homólogo, como apresentam uma tendência de evolução positiva e de recuperação do valor de mercado face ao contexto da pandemia de COVID-19.

Pharma Market



Maiores variações absolutas em valor | YTD Julho 2021

Classes ATC3

rank var abs	rank valor	ATC3	Var. Abs. M€	Var.
1	6	A10P - Antidiabéticos inibidores do co-transportador de sódio e glucose 2 (SGLT2)	16,49	35,6%
2	13	A10S - Agonista do GLP-1	7,80	30,3%
3	1	B01F - Inibidores directos do Factor Xa	7,46	8,3%
4	3	N06A - Antidepressivos e estabilizadores do humor	4,16	6,2%
5	15	C10C - Associações entre reguladores de lípidos	4,07	14,1%

Maiores variações absolutas em unidades | YTD Julho 2021

Classes ATC3

rank var abs	rank volume	ATC3	Var. Abs. M Unid	Var.
1	2	C10A - Reguladores do colesterol e triglicérides	0,40	5,2%
2	29	A10P - Antidiabéticos inibidores do co-transportador de sódio e glucose 2 (SGLT2)	0,37	36,2%
3	3	N06A - Antidepressivos e estabilizadores do humor	0,37	5,8%
4	32	A11C - Vitamina A Vitamina D e associação das duas	0,22	24,2%
5	4	N05C - Ansiolíticos	0,18	2,8%

Marcas

rank var abs	rank valor	Marca	Var. Abs. M€	Var.
1	11	Trulicity	4,58	44,5%
2	1	Eliquis	3,90	10,2%
3	9	Xigduo	3,43	28,9%
4	18	Entresto	3,38	45,2%
5	8	Lixiana	3,06	24,6%

Marcas

rank var abs	rank volume	Marca	Var. Abs. M Unid	Var.
1	1	Ben-u-ron	0,16	2,8%
2	148	Diazepam Labesfal Generis	0,16	359,4%
3	44	Metformina Generis	0,10	35,2%
4	66	Esomeprazol Ratiopharm	0,10	44,3%
5	109	Bisoprolol Krka	0,10	68,0%

Nos primeiros sete meses de 2021 (YTD Jul'21) a classe terapêutica "A10P - Antidiabéticos inibidores do co-transportador de sódio e glucose 2 (SGLT2)" mantém-se aquela que apresenta maior crescimento absoluto em valor, com uma variação de +16,49 M€ (+35,6%) face ao período homólogo. O **Xigduo**[®] mantém-se como importante alavanca deste crescimento, +3,43 M€ e +28,9% face ao YTD homólogo.

A classe "A10S - Agonista do receptor do GLP-1, apresenta também um crescimento significativo no período em análise (+7,80 M€, +30,3%). Também esta classe inclui medicamentos novos no mercado português, como o **Trulicity**[®] (+4,58 M€, +44,5% face ao YTD homólogo).

Destaca-se ainda a classe "B01F - Inibidores directos do Factor Xa", NOACs – Novos Anticoagulantes Oraís -, que ocupa a terceira posição relativa à variação de dispensas em valor deste segmento e apresenta um crescimento face ao período homólogo de +7,46 M€, +8,3%. Esta classe é igualmente constituída por novos medicamentos, como é o caso do **Eliquis**[®] e do **Lixiana**[®], que apresentam neste período um crescimento de +10,2% e +24,6% (+6,96 M€ no conjunto).

No que respeita às dispensas em volume desde o início do ano, salienta-se a classe C10A que demonstra uma dinâmica de recuperação pelo crescimento absoluto de +0,40 M Unid face ao período homólogo e +5,2% em termos relativos.

O segundo lugar de variação absoluta em volume é ocupado pela classe de antidiabéticos orais A10P, com um crescimento absoluto de +0,37 M Unid face ao período homólogo (+36,2% em termos relativos).

Destaque também para a classe "N06A - Antidepressivos e estabilizadores do humor", que em conjunto com a classe "N05C - Ansiolíticos" apresentam uma variação positiva de +0,55 M Unid face ao período homólogo.

No TOP 5 de marcas com maiores variações positivas nas dispensas em volume mantém-se agora apenas um medicamento com a molécula Diazepam indicados como terapêutica da ansiedade e insónia: **Diazepam Labesfal Generis**[®] (+359,4%), associando-se à progressiva normalização de abastecimento do mercado.

Pharma Market | Generic



Maiores variações absolutas em valor | YTD Julho 2021

DCIs

rank var abs	rank valor	DCI	Var. Abs. M€	Var.
1	4	Esomeprazol	2,73	43,0%
2	57	Pitavastatina	2,08	-
3	51	Dutasterida + Tansulosina	1,85	359,4%
4	1	Atorvastatina	1,81	9,9%
5	3	Rosuvastatina	1,34	15,1%

Marcas

rank var abs	rank valor	Marca	Var. Abs. M€	Var.
1	1	Esomeprazol Ratiopharm	1,14	43,2%
2	60	Rivastigmina Generis	0,90	>1000%
3	6	Esomeprazol Krka	0,63	50,2%
4	113	Dutasterida/Tansulosina Mylan	0,56	558,5%
5	151	Pitavastatina Krka	0,56	-

No TOP 5 de DCIs de medicamentos genéricos com crescimento absoluto em valor mais acentuado nos últimos seis meses encontram-se o Esomeprazol e a Pitavastatina, que neste período cresceram respetivamente +2,73 M€ e +2,08 M€ face ao YTD homólogo. Em termos relativos apresentam variações positivas tanto em volume como em valor.

Os medicamentos genéricos contendo a molécula Pitavastatina, usada no tratamento da hipercolesterolemia, entraram no mercado em 2020, razão pela qual se registam crescimentos elevados no YTD Jul'21.

No TOP 5 de DCIs com maiores variações absolutas em volume mantêm-se assim três estatinas – Atorvastatina, Pitavastatina e Rosuvastatina – todas com variações positivas face ao YTD homólogo.

Maiores variações absolutas em unidades | YTD Julho 2021

DCIs

rank var abs	rank volume	DCI	Var. Abs. M Unid	Var.
1	1	Atorvastatina	0,31	9,5%
2	16	Esomeprazol	0,23	42,4%
3	64	Pitavastatina	0,21	-
4	67	Dutasterida + Tansulosina	0,16	430,5%
5	12	Rosuvastatina	0,15	18,4%

Marcas

rank var abs	rank volume	Marca	Var. Abs. M Unid	Var.
1	7	Metformina Generis	0,10	35,2%
2	13	Esomeprazol Ratiopharm	0,10	44,3%
3	21	Bisoprolol Krka	0,10	68,0%
4	1	Atorvastatina Teva	0,08	12,6%
5	40	Amoxicilina/Ácido Clavulânico Generis	0,06	54,7%

Consumer Health Market



TOP5 variações absolutas em valor | YTD Julho 2021

Classes HMR

rank	var abs	rank valor	Classe hmR3	Var. Abs. M€	Var.
1		14	H26.28.1. - COVID-19	9,37	>1000%
2		4	H26.4.11. - Medição glicose flash	3,57	20,7%
3		1	H10.1.1. - Anti-Inflamatórios e Anti-Reumáticos	3,20	11,0%
4		7	H16.4.1. - Anti envelhecimento e anti rugas mulher	2,12	15,2%
5		3	H08.1.1. - Tratamento e cuidado de pernas pesadas	1,88	9,4%

TOP5 variações absolutas em unidades | YTD Julho 2021

Classes HMR

rank	var abs	rank volume	Classe hmR3	Var. Abs. M Unid	Var.
1		4	H26.28.1. - COVID-19	1,98	>1000%
2		2	H10.1.1. - Anti-Inflamatórios e Anti-Reumáticos	0,15	7,1%
3		33	H20.28.1. - Acessórios	0,12	36,0%
4		13	H20.22.1. - Material de Injecção	0,09	12,1%
5		7	H08.1.1. - Tratamento e cuidado de pernas pesadas	0,09	8,1%

Marcas

rank	var abs	rank valor	Marca	Var. Abs. M€	Var.
1		15	SARS-CoV-2 Roche	5,23	-
2		1	Freestyle	3,22	14,4%
3		37	SARS-CoV-2 Genrui	2,60	-
4		3	Daflon	1,51	11,7%
5		10	EasySlim	1,32	27,9%

Marcas

rank	var abs	rank volume	Marca	Var. Abs. M Unid	Var.
1		4	SARS-CoV-2 Roche	0,95	-
2		5	SARS-CoV-2 Genrui	0,72	-
3		72	Pantest	0,17	-
4		166	Flowflex	0,08	-
5		8	Seringa Britos	0,07	11,2%

No TOP 5 de classes HMR3 do segmento Consumer Health com maior crescimento em valor e em volume no YTD Jul'21 destaca-se a classe "H26.18.1. – COVID-19". Esta classe inclui os testes rápidos de antígeno para despiste de infeções por COVID-19 e apresenta um valor de transações de +9,37 M€ e +1,98 M Unid. neste período. O **SARS-CoV-2 Roche®**, um autoteste SARS-CoV-2 contribui de forma relevante para o Sell Out desta classe com +0,95 M Unid e +5,23 M€ no YTD Jun'21.

Em termos de ganhos absolutos em valor salienta-se também a classe "H26.4.11. - Medição glicose flash" com um crescimento face ao período homólogo de +20,7%, +3,57 M€. Destaque para a dinâmica dos produtos da brand **Freestyle®**, que no conjunto apresentam um evolução de +14,4%, +3,22 M€.

Salienta-se também a variação positiva de +11,0%, +3,20 M€ no SO em valor da classe "H10.1.1. - Anti-Inflamatórios e Anti-Reumáticos" no YTD Jul'21 face ao homólogo e resulta na importante recuperação deste mercado.

No TOP 5 de marcas com maior variação absoluta em valor no YTD Jul'21 face ao homólogo, destaque também para as marcas **Daflon®** (+1,51 M€, +11,7%) e **EasySlim®** (+1,32 M€, +27,9%). Estas duas, associadas respetivamente a produtos usados no tratamento das pernas cansadas, e indicadas no processo de perda de peso, ambas com variações associadas a sazonalidade.

Consumer Health Market | TOP3 Marcas (1/2)

OTCs em valor

YTD Julho 2021

Rank var abs	Rank Valor	Marca	Var. Abs. €	Var.
1	2	Daflon	1 514 420	11,7%
2	1	Voltaren - GSK	962 471	6,1%
3	17	Sargenor	690 373	43,9%

Supplements em valor

YTD Julho 2021

Rank var abs	Rank Valor	Marca	Var. Abs. €	Var.
1	3	EasySlim	1 165 019	31,2%
2	2	Absorvit	698 951	15,0%
3	4	BioActivo	589 171	18,5%

Personal Care em valor

YTD Julho 2021

Rank var abs	Rank Valor	Marca	Var. Abs. €	Var.
1	6	Filorga	1 060 959	28,3%
2	9	SVR	995 470	46,5%
3	7	Caudalie	931 156	25,2%

OTCs em unidades

YTD Julho 2021

Rank var abs	Rank Volume	Marca	Var. Abs. Unid	Var.
1	3	Daflon	66 316	10,3%
2	94	Brufenon	57 830	-
3	1	Voltaren - GSK	55 556	5,1%

Supplements em unidades

YTD Julho 2021

Rank var abs	Rank Volume	Marca	Var. Abs. Unid	Var.
1	4	EasySlim	42 409	31,0%
2	40	Vicks	29 446	-
3	1	Absorvit	27 677	12,3%

Personal Care em unidades

YTD Julho 2021

Rank var abs	Rank Volume	Marca	Var. Abs. Unid	Var.
1	10	SVR	48 952	39,1%
2	3	Uriage	43 028	10,1%
3	11	Caudalie	33 742	26,1%

OTC

No TOP 3 marcas do segmento OTC com maiores variações absolutas, o **Daflon**® no YTD Jul'21 vs homólogo apresenta, tanto em valor como em unidades uma evolução positiva (crescimentos de +11,7% e +10,3%, respetivamente). No YTD Jul'21 ocupa as primeiras posições no ranking do segmento em valor e unidades.

Segue-se o **Voltaren-GSK**® (crescimento em valor de +6,1% e em unidades de +5,1%) e o **Sargenor**® com uma evolução de +43,9% em valor face ao YTD homólogo.

Destaca-se ainda o **Brufenon**® com uma dinâmica de crescimento em volume associada ao seu lançamento (+57 830 Unid.) que lhe permite ocupar a segunda posição do TOP3 de marcas com maior variação absoluta em volume.

SUPPLEMENTS

Dentro do TOP 3 de variação absoluta verifica-se o crescimento em valor e em volume de 2 marcas: **EasySlim**® (+31,2% em valor, +31,0% em volume) e **Absorvit**® (+15,0% em valor, +12,3% em volume).

A terceira posição do TOP 3 marcas com maiores variações em valor é estabelecida pelo **BioActivo**® com uma variação positiva de +18,5% (+589 171 €). A marca **Vicks**® regista a segunda posição do TOP 3 marcas com maiores variações em volume (+29 446 Unid no YTD Jul'21 face ao homólogo).

PERSONAL CARE

No TOP 3 marcas com maiores variações absolutas associadas ao Personal Care, destaque para a marca **Filorga**® que apresenta uma evolução de vendas em valor de +1 060 959€ (+28,3%) face ao YTD homólogo. A marca **SVR**® com um crescimento de +995 470 € (+46,5%) e +48 952 Unid. (+39,1%) em volume, ocupa segunda e primeira posições respetivamente na ordem de crescimento em valor e volume deste segmento.

No TOP 3 marcas com maiores variações absolutas no Sell Out, destaque também para as marcas de dermocosmética: **Caudalie**®, e **Uriage**®.

Consumer Health Market | TOP3 Marcas (2/2)



Patient Care em valor

YTD Julho 2021

Rank var abs	Rank Valor	Marca	Var. Abs. €	Var.
1	5	SARS-CoV-2 Roche	5 229 842	-
2	1	Freestyle	3 216 946	14,4%
3	9	SARS-CoV-2 Genrui	2 598 796	-

Nutrition em valor

YTD Julho 2021

Rank var abs	Rank Valor	Marca	Var. Abs. €	Var.
1	6	Fresubin	481 202	61,6%
2	5	Fortimel	383 126	39,7%
3	3	Resource	172 597	10,5%

Homeopathy em valor

YTD Julho 2021

Rank var abs	Rank Valor	Marca	Var. Abs. €	Var.
1	2	Lymphomyosot	24 359	51,8%
2	11	Engystol	3 745	>1000%
3	18	Vertigoheel	2 160	>1000%

Patient Care em unidades

YTD Julho 2021

Rank var abs	Rank Volume	Marca	Var. Abs. Unid	Var.
1	2	SARS-CoV-2 Roche	950 484	-
2	3	SARS-CoV-2 Genrui	721 594	-
3	18	Pantest	170 671	-

Nutrition em unidades

YTD Julho 2021

Rank var abs	Rank Volume	Marca	Var. Abs. Unid	Var.
1	6	Fresubin	34 023	58,3%
2	7	Fortimel	26 661	41,8%
3	8	Nestlé	18 195	39,7%

Homeopathy em unidades

YTD Julho 2021

Rank var abs	Rank Volume	Marca	Var. Abs. Unid	Var.
1	3	Lymphomyosot	566	32,8%
2	11	Engystol	271	>1000%
3	17	Vertigoheel	147	>1000%

PATIENT CARE

Tomando o TOP 3 de variação absoluta em valor no YTD Jul'21, nas marcas no segmento de Patient Care, a marca **Freestyle**® com um crescimento de +14,4% em valor, mantém-se suplantada pela marca **SARS-CoV-2 Roche**® (#1), associada aos autotestes de despiste de SARS-CoV-2, assim como a marca **SARS-CoV-2 Genrui**® que mantém a terceira posição.

A variação absoluta em volume mantém-se preenchida pelas referidas marcas associadas a testes rápidos de COVID-19, na primeira e segunda posições, justificando-se desta forma os crescimentos registados por esta classe no YTD Jul'21 face ao homólogo.

NUTRITION

No TOP 3 das marcas com maiores variações absolutas no YTD Jul'21, em valor, as marcas **Fresubin**® e **Fortimel**® associadas a suplementos nutricionais orais, apresentam variações positivas acentuadas em todas as perspetivas de análise (+61,6% e +39,7% em valor e +58,3% e +41,8% em volume no YTD Jul'21 face ao homólogo).

A marca **Resource**®, encerra o TOP 3 de marcas com maiores variações em valor no YTD Jul'21, +10,5% face ao homólogo.

HOMEOPATHY

As marcas identificadas com maiores variações positivas são as seguintes: **Lymphomyosot**® (+51,8% e +32,8%, em valor e volume no YTD Jul'21), **Engystol**® (novo no mercado) e **Vertigoheel**®.

Análise extra – Consumer Health

Consumer Health em valor

MAT Julho 2021

	MAT Jul 2021 €	var. abs. €	% var.	Produto líder em var. abs. €
Cuidado da pele e dermocosmética	200,2	7,20	3,7%	<i>Cicalfate+</i>
Bem-estar, vitaminas e minerais	136,4	11,29	9,0%	<i>Sargenor 5</i>
Analgésicos e alívio da dor	115,3	1,26	1,1%	<i>Voltaren Emulgelex</i>
Monitorização e diagnóstico	110,2	15,43	16,3%	<i>Freestyle Libre</i>
Saúde respiratória	91,9	-45,19	-33,0%	<i>PanaTosse Natura</i>
Aparelho GI e Saúde digestiva	90,2	1,29	1,5%	<i>Alflorex</i>
Primeiros socorros e acessórios	50,1	-6,04	-10,8%	<i>Alvita</i>
Bebé e mamã	49,7	-0,48	-1,0%	<i>Libero Comfort</i>
Cuidado e higiene Oral	48,1	-1,27	-2,6%	<i>Bexident Post</i>
Saúde cardiovascular	44,0	3,67	9,1%	<i>Dafлон 1000</i>
Cuidado ao paciente e ortopedia	36,7	0,01	0,0%	<i>Esteem+</i>
Saúde oftálmica e otológica	31,6	1,43	4,8%	<i>We Make It</i>
Saúde sexual e reprodutiva	28,8	0,44	1,5%	<i>Femke (MG)</i>
Proteção solar	22,7	-0,10	-0,4%	<i>Anthelios</i>
Nutrição adulto e suplementos dietéticos	17,3	1,53	9,7%	<i>Fresubin 2Kcal</i>
Saúde urinária e incontinência	14,2	0,66	4,9%	<i>Actreen Glyc Set</i>
Repelentes de insetos e antiparasitários	8,2	-6,02	-42,4%	<i>Paranix Extra Forte</i>
Total Consumer Health	1097,4	-13,23	-1,2%	

De acordo com a caracterização do mercado Consumer Health nas suas 17 categorias principais podemos observar que a categoria que apresenta maior peso associado à contração de valor de mercado no MAT Jul'21 é a categoria da Saúde respiratória que apresenta uma variação negativa de -33,0% e um contributo absoluto de -45,19 M€.

Em sentido oposto, destacamos os produtos de monitorização e diagnóstico (+15,43M€) e os produtos de bem-estar, vitaminas e minerais que têm tido um destaque positivo na dinâmica de mercado Consumer Health e cujo crescimento de +9,0% representa um contributo para a performance do mercado de +11,29 M€.

O mercado de Cuidado da pele e dermocosmética mantém-se nesta configuração devidamente estabelecido como o mercado mais relevante no segmento e que em virtude da sua performance positiva (+7,20 M€, +3,7%) contribui igualmente para a retoma do mercado Consumer Health.

Desta análise observa-se que o mercado Consumer Health mantém uma variação negativa face ao período homólogo de MAT Jul'21, todavia os últimos três meses refletem uma perspetiva positiva de recuperação que a HMR continuará a monitorizar.

Análise extra – Consumer Health (Categorias de verão)

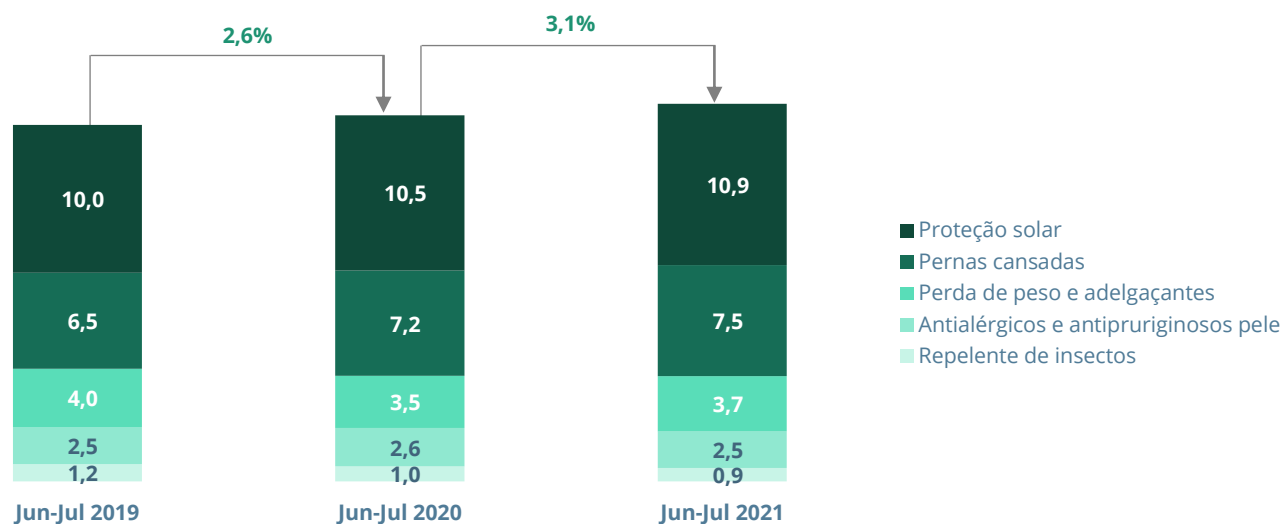
Categorias de verão em valor (M€)

Junho-Julho 2021

	Jun-Jul 2021 €	% var. (vs. 2020)	% var. (vs. 2019)
Proteção solar	10,9	3,9%	9,0%
Pernas cansadas	7,5	5,4%	15,7%
Perda de peso e adelgaçantes	3,7	6,3%	-5,6%
Antialérgicos e antipruriginosos pele	2,5	-5,4%	-1,4%
Repelente de insectos	0,9	-9,8%	-21,9%
Total Categorias de verão	25,6	3,1%	5,9%

Categorias de verão em valor (M€)

Junho-Julho 2021



Quando observada a performance das principais categorias de produtos de verão verifica-se que o mercado nos meses de Junho e Julho apresenta uma dinâmica positiva de crescimento, quer em relação ao mesmo período de 2020 (+3,1%), quer também em relação a 2019 (+5,9%).

Verifica-se que as categorias de maior dimensão, nomeadamente Proteção solar e Pernas cansadas superam as vendas em valor por comparação com os meses de Junho e Julho nos anos de 2020 e 2019.

As categorias de perda de peso e adelgaçantes, não obstante a dinâmica positiva registada em 2021 (Junho e Julho) por comparação a 2020 (+6,3%) registam ainda uma variação negativa de -5,6% em relação ao ano de 2019, no qual se registou um valor de Sell Out de 4,0 M€.

As categorias de produtos antialérgicos e antipruriginosos de pele, bem como os repelentes de insectos mostram ainda uma dinâmica de mercado com variação negativa quer em relação a 2020 tal como em relação a 2019.

FICHA TÉCNICA

MARKET WATCH PORTUGAL – Julho 2021

Âmbito

Evolução mensal do Mercado de Farmácia em Portugal

Periodicidade

Mensal

Períodos Analisados

Meses - Julho/20 a Julho/21

Ano Móvel - MAT Julho/20 e MAT Julho/21

Year to date - YTD Julho/20 e YTD Julho/21

Variáveis de estudo

Sell Out (SO) – 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.
- **Prescription medicines** – Abrange todos os medicamentos sujeitos a receita médica (MSRM) de uso humano com AIM válida em Portugal que podem ser comercializados em farmácia comunitária
 - **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.
- **OTC** – Over The Counter (Medicamentos não sujeitos a receita médica- MNSRM).
 - **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 Julho teve por base um painel de 2.503 farmácias num total de 2.910 pertencentes ao Universo considerado no estudo HMR. Foram consideradas todas as farmácias do continente e ilhas com venda ao público. Cobertura numérica = 86%.

- **Consumer health market** – Composto por todos os produtos de cuidado e bem-estar pessoal, incluindo MNSRM e produtos de saúde compartilhados pelo SNS.
- **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.
- **Personal Care** – Inclui todos os produtos destinados ao cuidado pessoal, englobando produtos de saúde e bem-estar (dermocosmética e higiene pessoal).
- **Supplements** – Inclui suplementos alimentares usados para complementar um regime alimentar normal.
- **Homeopathic** – Inclui produtos homeopáticos com registo simplificado. Exclui 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.



Knowledge for better health