

# Market Watch Portugal

Setembro 2021

No mês de Setembro registou-se uma **variação positiva de +9,9% no Sell Out** em valor e **+8,3%** em volume face ao mesmo mês do ano anterior (período homólogo).

Em valor, esta variação é mais relevante no **segmento Pharmaceutical**, com uma **variação de +8,3% de Sell Out**, correspondendo a um **crescimento de +19,9 M€**.

Hugo Reis  
Market Intelligence & Analytics  
[hugo.reis@hmr.co.com](mailto: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.**

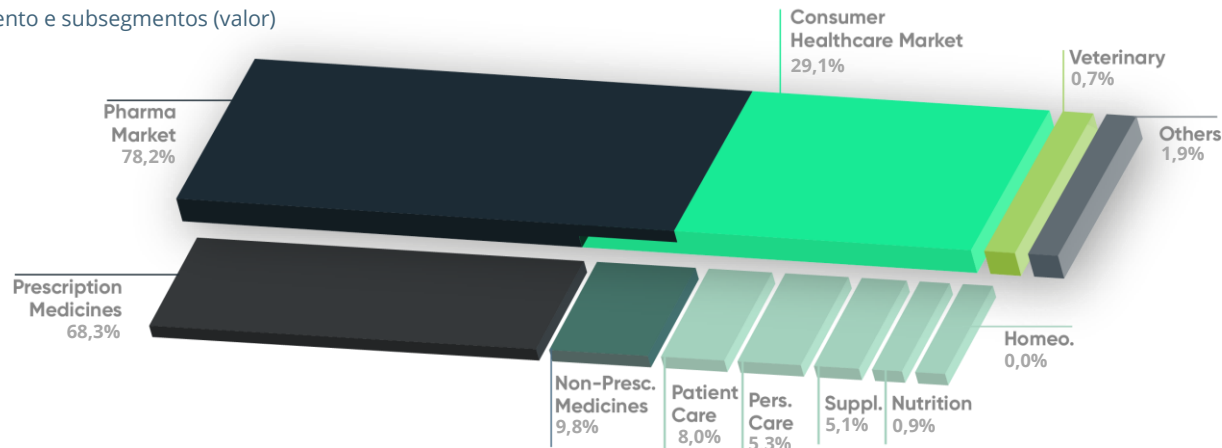


# Mercado Total

## Dinâmica do canal Farmácia

Setembro 2021

Peso por segmento e subsegmentos (valor)



## Dinâmica do canal Farmácia

Por subsegmentos

Setembro 2021

YTD Setembro 2021

	VALOR			VOLUME			VALOR			VOLUME		
	M€	Q.M.	VARIAÇÃO	M UNID.	Q.M.	VARIAÇÃO	M€	Q.M.	VARIAÇÃO	M UNID.	Q.M.	VARIAÇÃO
<b>Mercado Total</b>	<b>331,1 €</b>	<b>100,0%</b>	<b>9,9%</b>	<b>28,3</b>	<b>100,0%</b>	<b>8,3%</b>	<b>2 880,9 €</b>	<b>100,0%</b>	<b>4,7%</b>	<b>247,7</b>	<b>100,0%</b>	<b>1,5%</b>
Pharma Market	258,8 €	78,2%	8,3%	22,4	79,4%	7,0%	2 245,5 €	77,9%	2,8%	197,1	79,6%	0,5%
Consumer Healthcare	96,3 €	29,1%	8,0%	8,6	30,4%	5,7%	853,8 €	29,6%	4,4%	75,9	30,6%	-2,0%
Prescription Medicines	226,3 €	68,3%	8,4%	18,9	66,8%	7,4%	1 968,9 €	68,3%	3,5%	166,6	67,3%	2,1%
Branded	171,5 €	51,8%	7,7%	11,4	40,5%	6,0%	1 485,9 €	51,6%	2,9%	100,9	40,7%	1,5%
Generic	54,8 €	16,6%	10,7%	7,5	26,4%	9,5%	483,0 €	16,8%	5,5%	65,7	26,5%	3,0%
Non Prescription (OTC)	32,5 €	9,8%	8,0%	3,5	12,5%	5,0%	276,6 €	9,6%	-2,1%	30,5	12,3%	-7,6%
Branded	31,1 €	9,4%	8,1%	3,3	11,7%	4,9%	264,3 €	9,2%	-2,1%	28,5	11,5%	-7,7%
Generic	1,3 €	0,4%	5,8%	0,2	0,8%	5,4%	12,3 €	0,4%	-3,1%	2,0	0,8%	-6,6%
Homeopathy	0,1 €	0,0%	-1,4%	0,0	0,0%	-9,4%	0,7 €	0,0%	2,0%	0,1	0,0%	-4,0%
Nutrition	3,1 €	0,9%	19,8%	0,2	0,8%	12,6%	26,9 €	0,9%	10,7%	1,9	0,8%	8,2%
Patient Care	26,4 €	8,0%	10,6%	2,8	9,9%	8,1%	233,5 €	8,1%	5,7%	24,6	9,9%	-0,6%
Personal Care	17,5 €	5,3%	4,4%	1,2	4,1%	2,9%	174,7 €	6,1%	9,8%	11,4	4,6%	6,4%
Supplements	16,7 €	5,1%	6,1%	0,9	3,1%	3,5%	141,4 €	4,9%	8,6%	7,4	3,0%	3,6%
Others	6,1 €	1,9%	400,1%	0,6	2,2%	163,9%	36,2 €	1,3%	243,4%	3,7	1,5%	97,6%
Veterinary	2,3 €	0,7%	19,2%	0,2	0,6%	11,1%	22,0 €	0,8%	10,2%	1,6	0,6%	4,6%

No mês de Setembro de 2021 o mercado farmacêutico registou uma variação positiva de +9,9% no Sell Out em valor e +8,3% em unidades face ao mesmo mês do ano anterior (período homólogo).

Em valor, esta variação é mais marcada no segmento **Pharmaceutical**, com uma variação de +8,3% de Sell Out, correspondendo a um acréscimo de +19,9 M€. Em volume, a variação é de +1,5 M Unid, +7,0%. Dentro do segmento Pharmaceutical o crescimento de Sell Out em valor e em unidades é mais significativo no sub segmento **Prescription Generic** com respetivamente +10,7% e +9,5%.

O segmento **Consumer** apresenta igualmente uma variação positiva face ao mês homólogo tanto em valor como em volume (respetivamente +8,0% e +5,7%). Ao nível dos subsegmentos, o **Nutrition** apresenta também um crescimento acentuado em valor (+19,8%) e em volume (+12,6%).

Com exceção do segmento **Homeopathy**, que apresenta uma variação negativa, em valor de -1,4%, e em volume, -9,4%, face ao mês homólogo, os restantes segmentos apresentam tendências positivas.

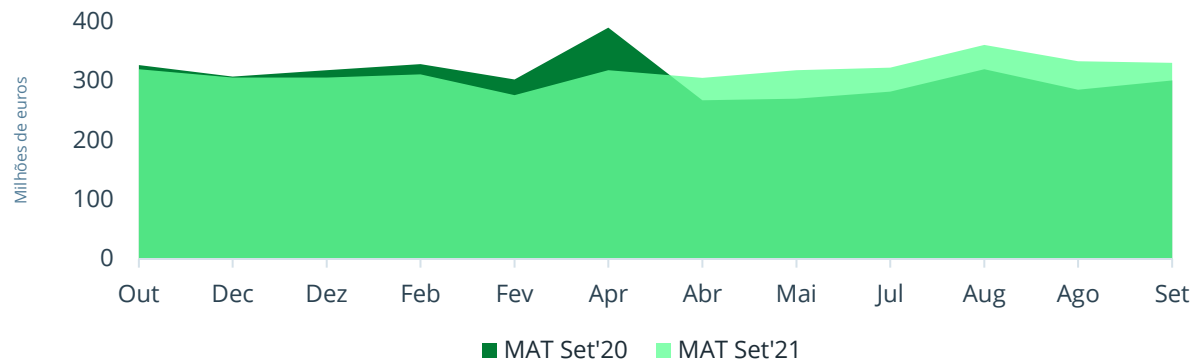
O comportamento do mercado nos 9 primeiros meses do ano (YTD Set'21), mantém uma tendência de variação positiva em valor, nomeadamente face ao contexto de pandemia de COVID-19, sendo de +4,7% em valor e +1,5% em volume.

Neste período o segmento **Consumer** mantém a trajetória de recuperação do Sell Out. Em valor, face ao homólogo, apresenta uma variação positiva de +4,4%, contudo, apresenta ainda uma contração em unidades (-2,0%).

# Mercado Total

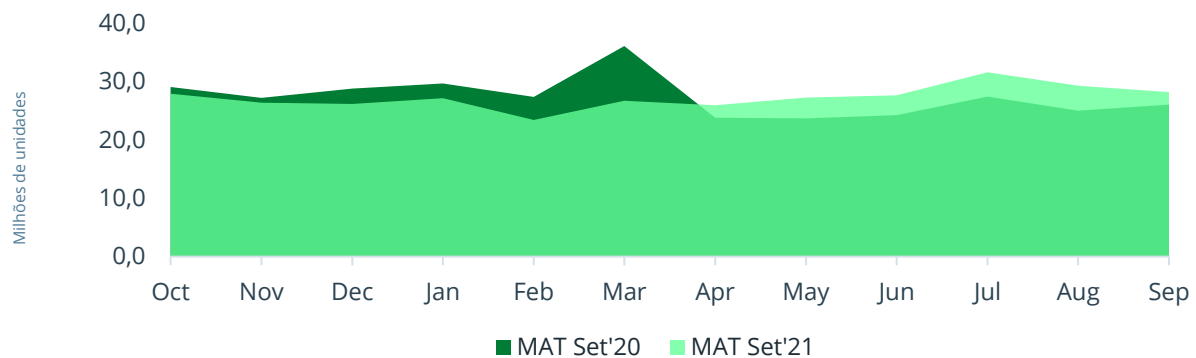
## Evolução mensal em valor

Outubro 2020 – Setembro 2021



## Evolução mensal em volume

Outubro 2020 – Setembro 2021



Comparativamente com o mês homólogo, em Setembro'21 o mercado apresenta maior variação em valor (+9,9%) do que em volume (+8,3%)

No entanto regista-se variação negativa face ao mês de Agosto'21 (-0,9% e -3,6% em valor e volume, respetivamente).

Não obstante, o crescimento registado no mês de Setembro'21 face ao homólogo consolida a recuperação do mercado face ao anterior contexto de pandemia.

# Pharma Market



## Maiores variações absolutas em valor | YTD Setembro 2021

### Classes ATC3

rank	var abs	rank valor	ATC3	Var. Abs. M€	Var.
1	8		A10P - Antidiabéticos inibidores do co-transportador de sódio e glucose 2 (SGLT2)	23,58	39,5%
2	2		B01F - Inibidores directos do Factor Xa	12,62	11,0%
3	20		A10S - Agonista do GLP-1	11,87	35,9%
4	3		N06A - Antidepressivos e estabilizadores do humor	6,62	7,8%
5	5		C09D - Associações de antagonistas da angiotensina-II	6,45	8,4%

### Marcas

rank	var abs	rank valor	Marca	Var. Abs. M€	Var.
1	17		Trulicity	6,26	46,9%
2	2		Eliquis	6,01	12,3%
3	14		Xigduo	4,97	32,6%
4	26		Entresto	4,71	48,5%
5	8		Forxiga	4,40	23,7%

Nos primeiros nove meses de 2021 (YTD Set'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 +23,58 M€ (+39,5%) face ao período homólogo. O **Xigduo**® mantém-se como importante alavanca deste crescimento, +4,97 M€ e +32,6% face ao YTD homólogo.

Destaca-se ainda a classe "B01F - Inibidores directos do Factor Xa", NOACs – Novos Anticoagulantes Orais -, que ocupa a segunda posição relativa à variação de dispensas em valor deste segmento e apresenta um crescimento face ao período homólogo de +12,62 M€ que corresponde a um crescimento relativo de +11,0%. Esta classe é igualmente constituída por novos medicamentos, como é o caso do **Eliquis**®, que apresenta neste período um crescimento de +12,3% (+6,01 M€).

## Maiores variações absolutas em unidades | YTD Setembro 2021

### Classes ATC3

rank	var abs	rank volume	ATC3	Var. Abs. M Unid	Var.
1	2		C10A - Reguladores do colesterol e triglicédeos	0,70	7,2%
2	4		N06A - Antidepressivos e estabilizadores do humor	0,59	7,3%
3	39		A10P - Antidiabéticos inibidores do co-transportador de sódio e glucose 2 (SGLT2)	0,53	40,0%
4	5		A02B - Antiulcerosos	0,29	4,4%
5	45		A11C - Vitamina A Vitamina D e associação das duas	0,27	23,6%

### Marcas

rank	var abs	rank volume	Marca	Var. Abs. M Unid	Var.
1	1		Ben-u-ron	0,69	9,7%
2	87		Metformina Generis	0,23	64,0%
3	124		Victan	0,20	67,2%
4	227		Bisoprolol Krka	0,14	72,1%
5	671		Diazepam Labesfal Generis	0,14	190,7%

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 +0,70 M Unid face ao período homólogo e +7,2% em termos relativos.

O segundo lugar de variação absoluta em volume é ocupado pela classe de antidepressivos e estabilizadores do humor N06A, com um crescimento absoluto de +0,59 M Unid face ao período homólogo (+7,3% em termos relativos).

Destaque também para a classe "A10P - Antidiabéticos inibidores do co-transporte de sódios e glucose 2 (SGLT2)" que apresenta uma variação positiva de +0,53 M Unid face ao período homólogo, que equivale a 40,0% de variação relativa.

No TOP 5 de marcas com maiores variações positivas nas dispensas, em volume, destaca-se, o Ben-U-ron com +0,69 unidades.

# Pharma Market | Generic



## Maiores variações absolutas em valor | YTD Setembro 2021

### DCIs

rank var abs	rank valor	DCI	Var. Abs. M€	Var.
1	8	Esomeprazol	3,49	42,9%
2	1	Atorvastatina	2,84	12,2%
3	228	Pitavastatina	2,64	>1000%
4	118	Dutasterida + Tansulosina	2,13	218,4%
5	5	Rosuvastatina	2,01	17,8%

### Marcas

rank var abs	rank valor	Marca	Var. Abs. M€	Var.
1	2	Esomeprazol Ratiopharm	1,45	42,4%
2	1007	Rivastigmina Generis	1,21	>1000%
3	20	Esomeprazol Krka	0,75	44,9%
4	74	Esomeprazol Mylan	0,70	67,3%
5	1 481	Pitavastatina Krka	0,69	>1000%

No TOP 5 de DCIs de medicamentos genéricos com crescimento absoluto em valor mais acentuado nos últimos nove meses encontram-se o Esomeprazol e a Atorvastatina, que neste período cresceram respetivamente +3,49 M€ e +2,84 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 Set'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 Setembro 2021

### DCIs

rank var abs	rank volume	DCI	Var. Abs. M Unid	Var.
1	1	Atorvastatina	0,48	11,7%
2	26	Esomeprazol	0,29	42,4%
3	232	Pitavastatina	0,27	>1000%
4	15	Rosuvastatina	0,22	21,1%
5	139	Dutasterida + Tansulosina	0,19	260,9%

### Marcas

rank var abs	rank volume	Marca	Var. Abs. M Unid	Var.
1	12	Metformina Generis	0,23	64,0%
2	55	Bisoprolol Krka	0,14	72,1%
3	23	Esomeprazol Ratiopharm	0,12	43,3%
4	2	Atorvastatina Teva	0,12	14,4%
5	71	Amoxicilina/Ácido Clavulânico Generis	0,09	58,4%

# Consumer Health Market



## TOP5 variações absolutas em valor | YTD Setembro 2021

### Classes HMR

rank	var abs	rank valor	HMR3	Var. Abs. M€	Var.
1		446	H26.28.1. - COVID-19	13,88	>1000%
2		5	H26.4.11. - Medição glicose flash	5,41	24,5%
3		1	H10.1.1. - Anti-Inflamatórios e Anti-Reumáticos	3,77	9,7%
4		8	H16.4.1. - Anti envelhecimento e anti rugas mulher	2,49	14,0%
5		3	H08.1.1. - Tratamento e cuidado de pernas pesadas	2,47	9,3%

## TOP5 variações absolutas em unidades | YTD Setembro 2021

rank	var abs	rank volume	HMR3	Var. Abs. M Unid	Var.
1		449	H26.28.1. - COVID-19	3,27	>1000%
2		2	H10.1.1. - Anti-Inflamatórios e Anti-Reumáticos	0,17	6,1%
3		3	H04.2.3. - Laxantes	0,13	4,7%
4		48	H20.28.1. - Acessórios	0,13	28,8%
5		17	H20.22.1. - Material de Injecção	0,12	11,9%

### Marcas

rank	var abs	rank valor	Marca	Var. Abs. M€	Var.
1		5122	SARS-CoV-2 Roche	6,70	-
2		1	Freestyle	5,10	17,9%
3		5122	SARS-CoV-2 Genrui	4,74	-
4		3	Daflon	1,89	11,0%
5		14	EasySlim	1,37	22,3%

rank	var abs	rank volume	Marca	Var. Abs. M Unid	Var.
1		-	SARS-CoV-2 Genrui	1,48	-
2		-	SARS-CoV-2 Roche	1,24	-
3		-	Flowflex	0,23	-
4		-	Pantest	0,23	-
5		3	Ben-u-ron	0,11	9,1%

No TOP 5 de classes HMR3 do segmento Consumer Health com maior crescimento em valor e em volume no YTD Set'21 destaca-se a classe "H26.18.1. - COVID-19". Esta classe inclui os testes rápidos de antígeno para despiste de infeções por SARS-CoV-2 e apresenta um valor de transações de +13,88 M€ e +3,27 M Unid. neste período. O **SARS-CoV-2 Roche®** e **SARS-CoV-2 Genrui®** autotestes SARS-CoV-2 contribuem de forma relevante para o Sell Out desta classe com +1,24 M Unid e +6,70 M€ e +1,48 M Unid e +4,74 M€ no YTD Set'21, respetivamente.

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 +5,41 M€. Destaque para a dinâmica dos produtos da brand **Freestyle®**, que no conjunto apresentam uma evolução de +17,9%, +5,10 M€.

Salienta-se também a variação positiva de +9,7%, +3,77 M€ no SO em valor da classe "H10.1.1. - Anti-Inflamatórios e Anti-Reumáticos" no YTD Set'21 face ao homólogo.

# Consumer Health Market | TOP3 Marcas (1/2)



## OTCs em valor

YTD Setembro 2021

Rank var abs	Rank Valor	Marca	Var. Abs. €	Var.
1	2	Daflon	1 885 883	11,0%
2	1	Voltaren - GSK	1 224 438	5,9%
3	32	Sargenor	820 481	39,4%

## Supplements em valor

YTD Setembro 2021

Rank var abs	Rank Valor	Marca	Var. Abs. €	Var.
1	3	EasySlim	1 204 417	24,7%
2	56	Symbiosys	766 535	156,4%
3	1138	Vicks	742 403	>1000%

## Personal Care em valor

YTD Setembro 2021

Rank var abs	Rank Valor	Marca	Var. Abs. €	Var.
1	6	Filorga	1 238 059	25,8%
2	13	SVR	1 187 698	42,4%
3	7	Caudalie	1 135 903	23,9%

## OTCs em unidades

YTD Setembro 2021

Rank var abs	Rank Volume	Marca	Var. Abs. Unid	Var.
1	2	Ben-u-ron	112 986	9,1%
2	4	Daflon	83 470	9,8%
3	1	Voltaren - GSK	72 219	5,1%

## Supplements em unidades

YTD Setembro 2021

Rank var abs	Rank Volume	Marca	Var. Abs. Unid	Var.
1	6	EasySlim	43 765	24,6%
2	1154	Vicks	40 102	>1000%
3	2	Absorvit	27 542	9,4%

## Personal Care em unidades

YTD Setembro 2021

Rank var abs	Rank Volume	Marca	Var. Abs. Unid	Var.
1	18	SVR	58 436	35,5%
2	3	Uriage	47 613	8,6%
3	2	Bioderma	44 997	7,9%

## OTC

No TOP 3 marcas do segmento OTC com maiores variações absolutas, o **Daflon**® no YTD Set'21 vs homólogo apresenta, tanto em valor como em unidades uma evolução positiva (crescimentos de +11,0% e +9,8%, respetivamente). No YTD Set'21 ocupa as primeiras posições no ranking do segmento em valor e unidades.

Segue-se o **Voltaren-GSK**® (crescimento em valor de +5,9% e em unidades de +5,1%) e o **Sargenor**® com uma evolução de +39,4% em valor face ao YTD homólogo.

Destaca-se ainda o **Ben-u-ron**® com uma dinâmica de crescimento em volume +112 986 Unid. e que lhe permite ocupar a primeira posição do TOP3 de marcas com maior variação absoluta em volume(+9,1%).

## SUPPLEMENTS

Dentro do TOP 3 de variação absoluta verifica-se o crescimento em valor e em volume de 2 marcas: **EasySlim**® (+24,7% em valor, +24,6% em volume) e **Vicks**® (>1000% em valor e em volume).

A segunda posição do TOP 3 marcas com maiores variações em valor é estabelecida pelo **Symbiosys**® com uma variação positiva de +156,4% (+766 535 €). A marca **Absorvit**® regista a terceira posição do TOP 3 marcas com maiores variações em volume (+27 542 Unid. no YTD Set'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 +1 238 059€ (+25,8%) face ao YTD homólogo. A marca **SVR**® com um crescimento de +1 187 698€ (+42,4%) e +58 436 Unid. (+35,5%) em volume, ocupa a 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**®, **Uriage**® e **Bioderma**®.



# Consumer Health Market | TOP3 Marcas (2/2)



## Patient Care em valor

YTD Setembro 2021

Rank var abs	Rank Valor	Marca	Var. Abs. €	Var.
1	2307	SARS-CoV-2 Roche	6 704 400	-
2	1	Freestyle	5 102 117	17,9%
3	2307	SARS-CoV-2 Genrui	4 738 612	-

## Nutrition em valor

YTD Setembro 2021

Rank var abs	Rank Valor	Marca	Var. Abs. €	Var.
1	9	Fresubin	680 174	65,9%
2	6	Fortimel	513 393	40,4%
3	35	Neocate	226 029	306,2%

## Homeopathy em valor

YTD Setembro 2021

Rank var abs	Rank Valor	Marca	Var. Abs. €	Var.
1	3	Lymphomyosot	32 008	52,6%
2	29	Engystol	4 155	323,1%
3	45	Vertigoheel	3 123	>1000%

## Patient Care em unidades

YTD Setembro 2021

Rank var abs	Rank Volume	Marca	Var. Abs. Unid	Var.
1	-	SARS-CoV-2 Genrui	1 482 489	-
2	-	SARS-CoV-2 Roche	1 235 052	-
3	-	Flowflex	229 583	-

## Nutrition em unidades

YTD Setembro 2021

Rank var abs	Rank Volume	Marca	Var. Abs. Unid	Var.
1	8	Fresubin	47 768	62,2%
2	7	Fortimel	36 122	43,1%
3	9	Nestlé	25 010	41,2%

## Homeopathy em unidades

YTD Setembro 2021

Rank var abs	Rank Volume	Marca	Var. Abs. Unid	Var.
1	3	Lymphomyosot	730	32,9%
2	29	Engystol	300	326,1%
3	44	Vertigoheel	212	>1000%

## PATIENT CARE

Tomando o TOP 3 de variação absoluta em valor no YTD Set'21, nas marcas do segmento de Patient Care, a marca **Freestyle**® com um crescimento de +17,9% 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 ainda os crescimentos registados por esta classe no YTD Set'21 face ao homólogo.

## NUTRITION

No TOP 3 das marcas com maiores variações absolutas no YTD Set'21, em valor, as marcas **Fresubin**® e **Fortimel**® associadas a suplementos nutricionais orais, apresentam variações positivas nas duas perspetivas de análise (+65,9% e +40,4% em valor e +62,2% e +43,1% em volume no YTD Set'21 face ao homólogo).

A marca **Neocate**®, encerra novamente o TOP 3 de marcas com maiores variações em valor no YTD Set'21, +306,2% face ao homólogo.

## HOMEOPATHY

As marcas identificadas com maiores variações positivas são as seguintes: **Lymphomyosot**® (+52,6% e +32,9%, em valor e volume no YTD Set'21), **Engystol**® e **Vertigoheel**®.

# Análise extra – Consumer Health (Categorias de verão)

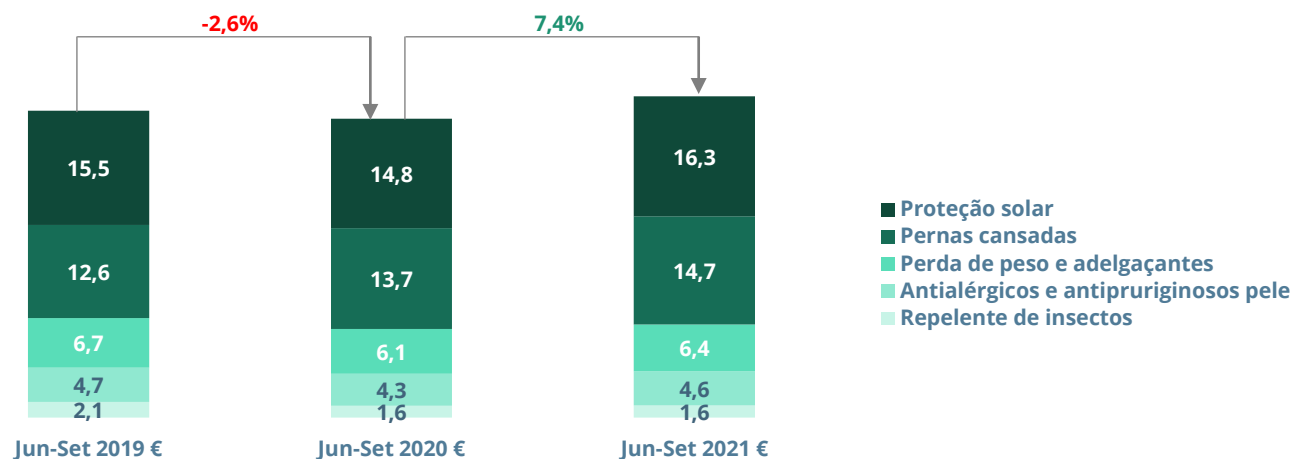
## Categorias de verão em valor (M€)

Junho-Setembro 2021

	Jun-Set 2021 €	% var. (vs. 2020)	% var. (vs. 2019)
Proteção solar	16,3	9,5%	5,1%
Pernas cansadas	14,7	7,1%	16,0%
Perda de peso e adelgaçantes	6,4	4,7%	-5,4%
Antialérgicos e antipruriginosos pele	4,6	6,7%	-0,6%
Repelente de insectos	1,6	3,0%	-22,8%
<b>Total Categorias de verão</b>	<b>43,6</b>	<b>7,4%</b>	<b>4,6%</b>

## Categorias de verão em valor (M€)

Junho-Setembro 2021



Na sequência da nossa análise sobre a performance das principais categorias de produtos de verão verifica-se que o mercado entre os meses de Junho e Setembro mantém a mesma dinâmica positiva de crescimento, quer em relação ao período de 2020 (+7,4%), quer mesmo em relação ao ano de 2019 (+4,6%).

Verifica-se que as categorias de maior dimensão, nomeadamente Proteção solar e Pernas cansadas, superaram as vendas em valor por comparação com os meses de Junho a Setembro nos anos de 2020 e 2019, de acordo também com a tendência que observámos em Agosto.

As categorias de perda de peso e adelgaçantes, não obstante a dinâmica positiva registada em 2021 por comparação a 2020 (+4,7%), apresentam uma contração face 2019 com uma variação de -5,4%, onde se registou um valor de Sell Out de 6,7 M€.

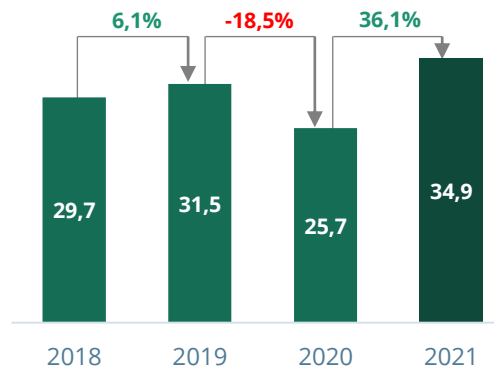
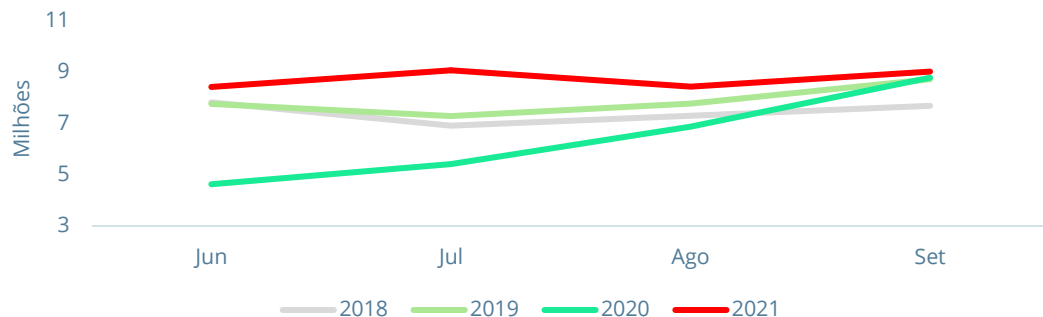
As categorias dos repelentes de insectos apesar da recuperação face a 2020 com variação positiva de +3,0% apresentam ainda uma variação negativa de -22,8% face a 2019.

As categorias de antialérgicos e antipruriginosos de pele em virtude da variação positiva do mercado em 2021 (+6,7%) reduzem a diferença para o Sell Out registado em 2019 verificando-se uma variação negativa de -0,6%, concretizando uma recuperação deste mercado.

# Análise extra – Consumer Health (Categorias de inverno)

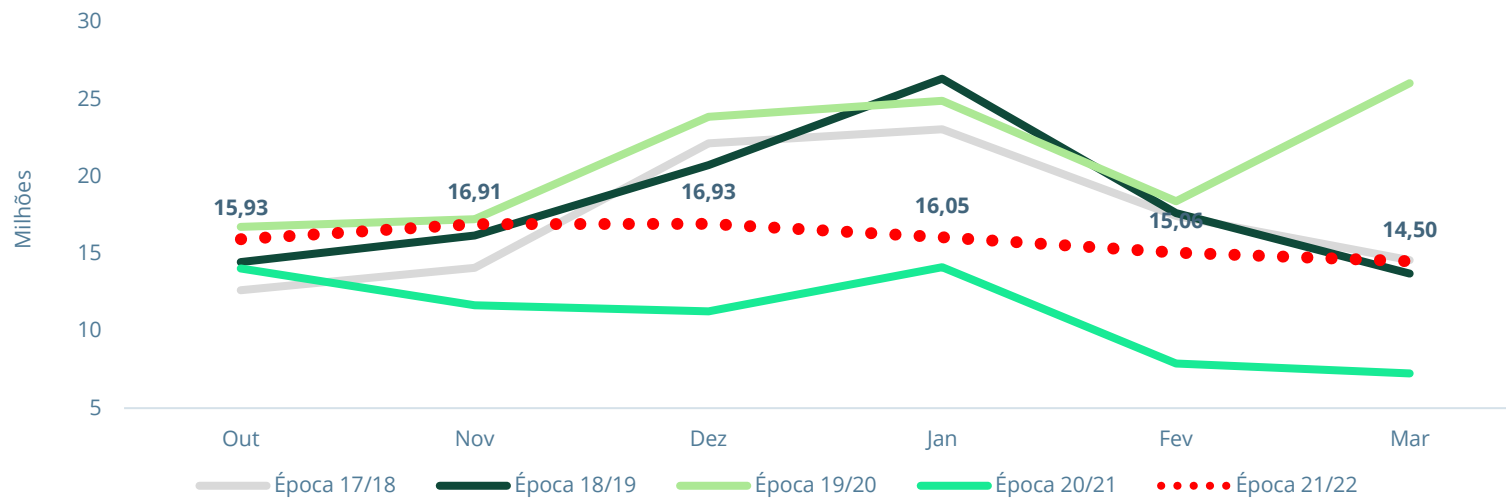
## Categorias de Inverno (Cough & Cold) em valor (M€)

Junho-Setembro  
2018 a 2021



## Estimativa de mercado nas Categorias de inverno em valor (M€) – Mercado Farmácia + Mass Market

Outubro-Março  
Épocas 17/18 a 21/22



O mês de Setembro estabelece o início da estação de outono. Na perspetiva do desenvolvimento do mercado considera-se a redução do Sell Out dos produtos associados às categorias de verão para o aumento do Sell Out dos produtos de inverno, nomeadamente dos produtos das categorias *cough & cold* (\*).

Neste âmbito apresentamos a performance de Sell Out destas categorias de produtos entre os meses de Junho e Setembro para os anos de 2018 e 2021.

Esta análise permite-nos observar uma recuperação deste mercado no período de análise, verificando-se um valor de Sell Out em 2021 (34,9 M€) superior a qualquer um dos restantes períodos em análise, podendo considerar-se uma antecipação da designada época de venda dos produtos de inverno (variação positiva de +36,1, 2021 vs. 2020).

A dinâmica de mercado observada corrobora a estimativa apresentada pela HMR aos seus clientes durante o mês de Junho, quanto à recuperação do mercado *cough & cold*.

Neste âmbito, estimou-se um crescimento para o período entre os meses de Outubro a Março de 2021 de cerca de 44%, por comparação ao mesmo período de 2020 (considerando-se nesta análise o mercado de farmácia e Mass Market).

Pelo exposto e por consideração à época de sazonalidade destes produtos, manter-se-á a análise de performance deste mercado procurando investigar a sua recuperação.

(\*): Categorias de inverno (*Cough & cold*): H01.1.1. - Expectorantes; H01.1.2. - Antitússicos; H01.1.3. - Descongestionante Brônquios; H01.1.5. - Alívio da tosse seca e produtiva; H01.2.1. - Inflamação Garganta; H01.3.2. - Descongestionante Nasal; H01.3.6. - Hidratante da Mucosa Nasal; H01.4.1. - Antigripais; H02.1.1. - Analgésicos e Antipiréticos; H02.1.2. - Analgésico e Antipirético Pediátrico; H03.1.2. - Imunoestimulante para a Constipação; H05.2.3. - Vitamina C; H05.2.4. - Vitamina C em associação.

# FICHA TÉCNICA

MARKET WATCH PORTUGAL – Setembro 2021



## Âmbito

Evolução mensal do Mercado de Farmácia em Portugal

## Periodicidade

Mensal

## Períodos Analisados

Meses - Outubro/20 a Setembro/21

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

Year to date - YTD Setembro/20 e YTD Setembro/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 Agosto teve por base um painel de 2.513 farmácias num total de 2.909 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 comparticipados 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