Market Watch Portugal

Novembro 2021

No mês de Novembro registou-se uma **variação positiva de +17,9% no Sell Out** em valor e **+19,9%** em volume face ao mesmo mês do ano anterior (período homólogo).
Em valor, esta variação é mais relevante no segmento **Consumer Health** com uma **variação de +25,8% de Sell Out**, correspondendo a um **crescimento de +22,3 M€**.

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

Knowledge for better health

We believe in the power of Knowledge.

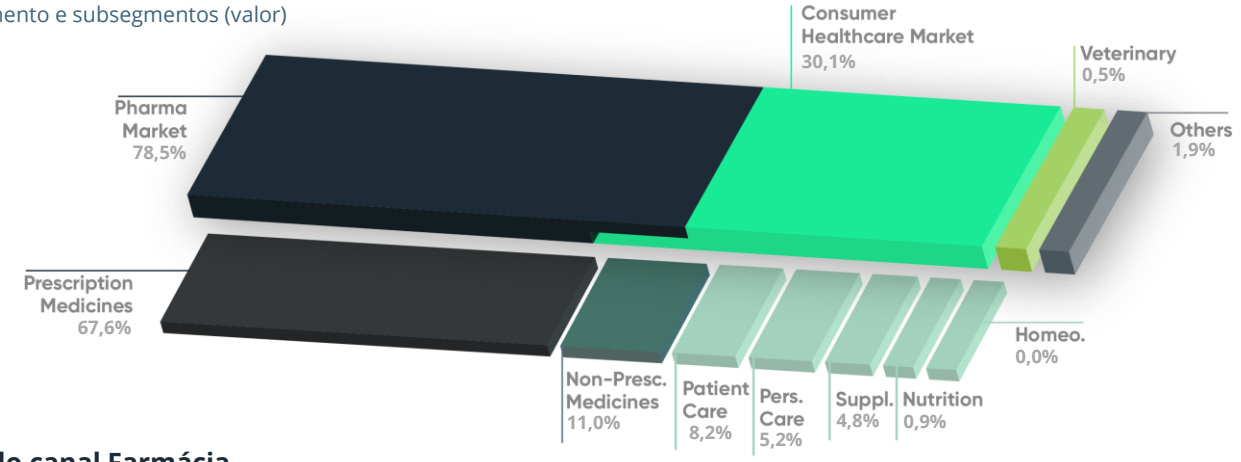
A deep knowledge of the market is the first step to deliver unique market insights. It's that information that takes us further and gives more meaning to all the data and numbers that so efficiently analyze the market.

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

Mercado Total

Dinâmica do canal Farmácia

Novembro 2021
Peso por segmento e subsegmentos (valor)



Dinâmica do canal Farmácia

Por subsegmentos

	Novembro 2021						YTD Novembro 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	**361,5 €**	**100,0%**	**17,9%**	**31,7**	**100,0%**	**19,9%**	**3 591,9 €**	**100,0%**	**6,3%**	**309,6**	**100,0%**	**3,7%**
Pharma Market	**283,9 €**	**78,5%**	**15,7%**	**24,9**	**78,5%**	**15,7%**	**2 805,7 €**	**78,1%**	**4,4%**	**246,1**	**79,5%**	**2,4%**
Consumer Healthcare	**108,8 €**	**30,1%**	**25,8%**	**10,3**	**32,4%**	**33,8%**	**1 066,7 €**	**29,7%**	**7,0%**	**95,4**	**30,8%**	**2,1%**
Prescription Medicines	244,2 €	67,6%	12,6%	20,4	64,5%	11,8%	2 451,9 €	68,3%	4,6%	207,0	66,9%	3,3%
Branded	187,0 €	51,7%	13,2%	12,6	39,7%	12,4%	1 855,8 €	51,7%	4,2%	125,8	40,6%	2,8%
Generic	57,2 €	15,8%	10,7%	7,8	24,8%	10,8%	596,1 €	16,6%	6,0%	81,2	26,2%	3,9%
Non Prescription (OTC)	39,7 €	11,0%	39,2%	4,4	14,0%	38,2%	353,9 €	9,9%	3,2%	39,1	12,6%	-1,7%
Branded	37,9 €	10,5%	39,3%	4,1	13,1%	38,3%	338,2 €	9,4%	3,3%	36,5	11,8%	-1,8%
Generic	1,8 €	0,5%	36,2%	0,3	0,9%	37,3%	15,6 €	0,4%	2,0%	2,6	0,8%	-1,0%
Homeopathy	0,1 €	0,0%	16,5%	0,0	0,0%	21,1%	0,8 €	0,0%	3,5%	0,1	0,0%	-1,2%
Nutrition	3,1 €	0,9%	18,2%	0,2	0,7%	15,5%	33,1 €	0,9%	11,7%	2,3	0,8%	9,3%
Patient Care	29,7 €	8,2%	28,8%	3,4	10,7%	46,6%	290,7 €	8,1%	8,3%	30,7	9,9%	3,9%
Personal Care	19,0 €	5,2%	13,3%	1,3	4,0%	14,6%	211,6 €	5,9%	10,0%	13,9	4,5%	7,1%
Supplements	17,3 €	4,8%	11,7%	1,0	3,0%	11,5%	176,6 €	4,9%	8,6%	9,3	3,0%	4,4%
Others	6,7 €	1,9%	337,3%	0,9	2,8%	135,2%	47,5 €	1,3%	243,1%	5,3	1,7%	94,7%
Veterinary	1,7 €	0,5%	9,3%	0,1	0,4%	0,4%	25,9 €	0,7%	11,2%	1,8	0,6%	5,1%

No mês de Novembro de 2021 o mercado farmacêutico registou uma variação positiva de +17,9% no Sell Out em valor e +19,9% em unidades face ao mesmo mês do ano anterior (período homólogo).

No segmento **Pharma** regista-se uma variação positiva de +15,7% de Sell Out, correspondendo a um acréscimo de +38,5 M€. Em volume, a variação é de +3,4 M Unid, +15,7%. Dentro do segmento Pharma, o crescimento de Sell Out é mais significativo em valor no subsegmento Prescription **Branded** com +13,2% e 12,4%, em valor e volume respetivamente.

É no segmento **Consumer Health** que se verifica uma variação positiva mais acentuada face ao mês homólogo, tanto em valor como em volume (respetivamente +25,8% e +33,8%). Todos os subsegmentos apresentam tendência positiva no mês, tanto em valor como em volume, quando comparado com Nov'20.

Ao nível dos subsegmentos, o segmento **Patient Care** destaca-se com crescimento mais acentuado, tanto em valor (+28,8%) como em volume (+46,6%), seguido do **Nutrition** com crescimento de +18,2% em valor e +15,5% em volume.

Destaca-se também o segmento **OTC** com um crescimento em valor e em volume de 2 dígitos, +39,2% e +38,2% respetivamente. Este crescimento positivo é transversal a ambos os subsegmentos, **Branded** e **Genérico**.

O comportamento do mercado nos 11 primeiros meses do ano (YTD Nov'21), mantém uma tendência de variação positiva em valor, nomeadamente face ao contexto de pandemia de COVID-19, sendo de +6,3% em valor e +3,7% em volume.

Neste período o segmento **Consumer Health** mantém a trajetória de recuperação do Sell Out. Em valor, face ao homólogo, apresenta uma variação positiva tanto em volume com em valor, +2,1% e +7,0%, respetivamente.

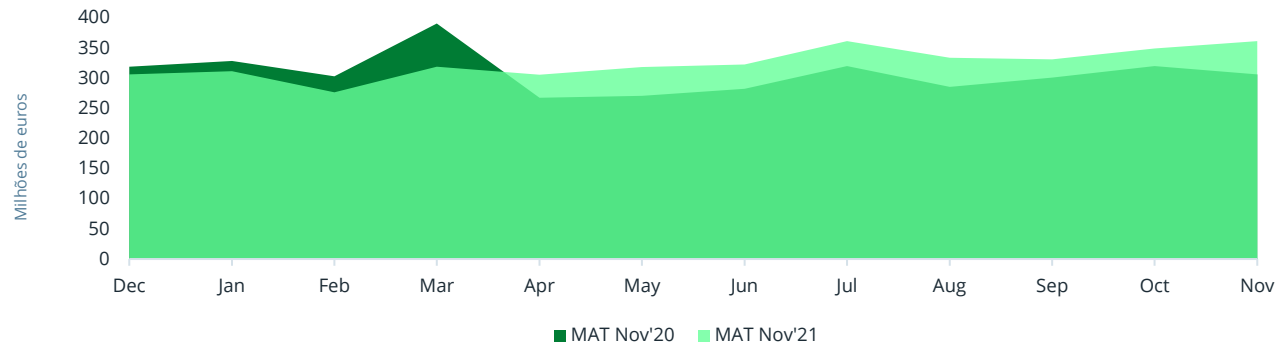
COPYRIGHT © 2021 HEALTH MARKET RESEARCH. ALL RIGHTS RESERVED

PUBLICADO EM 13 DE DEZEMBRO DE 2021

Mercado Total

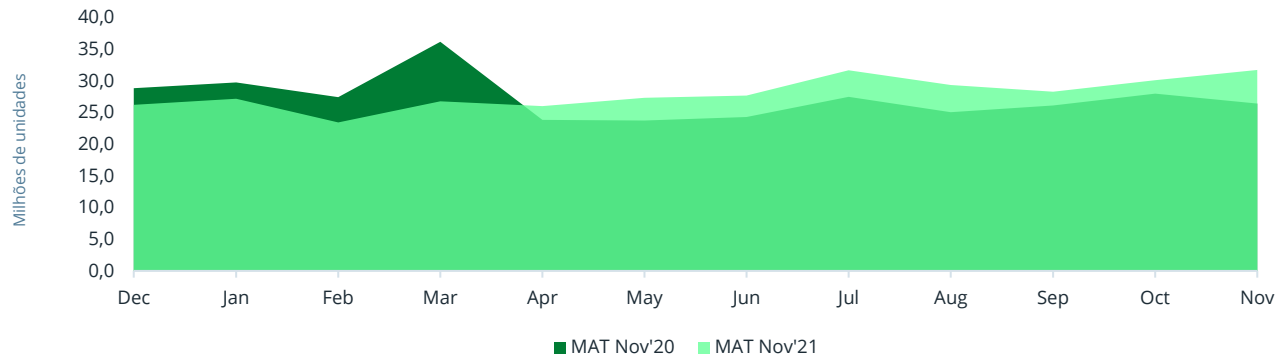
Evolução mensal em valor

Dezembro 2020 – Novembro 2021



Evolução mensal em volume

Dezembro 2020 – Novembro 2021



Comparativamente com o mês homólogo, em Novembro'21 o mercado apresenta variação positiva tanto em valor (+17,9%) como em volume (+19,9%).

Regista-se também uma variação positiva face ao mês de Outubro'21 (+3,4% e +5,2% em valor e volume, respetivamente).

Pelo exposto, o crescimento registado no mês de Novembro'21 face ao homólogo mantém a perspetiva de consolidação do mercado face ao anterior contexto de pandemia.

COPYRIGHT © 2021 HEALTH MARKET RESEARCH. ALL RIGHTS RESERVED

PUBLICADO EM 13 DE DEZEMBRO DE 2021

Pharma Market

Maiores variações absolutas em valor | YTD Novembro 2021

Classes ATC3

rank var abs	rank valor	ATC3	Var. Abs. M€	Var.
1	4	A10P - Antidiabéticos inibidores do co-transportador de sódio e glucose 2 (SGLT2)	31,06	41,6%
2	1	B01F - Inibidores directos do Factor Xa	17,25	12,3%
3	13	A10S - Agonista do GLP-1	16,55	40,1%
4	3	N06A - Antidepressivos e estabilizadores do humor	8,63	8,2%
5	6	C09D - Associações de antagonistas da angiotensina-II	8,57	9,1%

Marcas

rank var abs	rank valor	Marca	Var. Abs. M€	Var.
1	1	Eliquis	7,91	13,1%
2	9	Trulicity	7,89	46,9%
3	8	Xigduo	6,55	34,4%
4	56	Ozempic	6,49	-
5	29	Influvac	6,10	125,4%

Maiores variações absolutas em unidades | YTD Novembro 2021

Classes ATC3

rank var abs	rank volume	ATC3	Var. Abs. M Unid	Var.
1	2	C10A - Reguladores do colesterol e triglicerídeos	0,93	7,7%
2	3	N06A - Antidepressivos e estabilizadores do humor	0,76	7,6%
3	1	N02B - Analgésicos não narcóticos e antipiréticos	0,72	3,1%
4	29	A10P - Antidiabéticos inibidores do co-transportador de sódio e glucose 2 (SGLT2)	0,69	42,0%
5	5	A02B - Antiulcerosos	0,39	4,8%

Marcas

rank var abs	rank volume	Marca	Var. Abs. M Unid	Var.
1	1	Ben-u-ron	0,96	10,9%
2	24	Metformina Generis	0,36	82,5%
3	26	Influvac	0,33	73,9%
4	94	Bisoprolol Krka	0,17	71,6%
5	47	Victan	0,17	39,6%

Nos primeiros onze meses de 2021 (YTD Nov'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 +31,06 M€ (+41,6%) face ao período homólogo. As marcas **Trulicity®** e **Xigduo®** mantêm-se como importantes alavancas deste crescimento, +7,89 M€ e +6,55 M€, respetivamente, que corresponde a um variação positiva de +46,9% e 33,5% face ao YTD homólogo.

Destaca-se ainda a classe *"B01F - Inibidores directos do Factor Xa"*, que ocupa a segunda posição relativa à variação de dispensas em valor deste segmento e apresenta um crescimento face ao período homólogo de +17,25 M€ que corresponde a um crescimento relativo de +12,3%. Esta classe é igualmente constituída por novos medicamentos, como é o caso do **Eliquis®**, que apresenta neste período um crescimento de +13,1% (+7,9 M€).

No que respeita às dispensas em volume desde o início do ano, salienta-se a classe ATC3, C10A que demonstra uma dinâmica de recuperação pelo crescimento absoluto de +0,93 M Unid face ao período homólogo e +7,7% 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 +0,46 M Unid face ao período homólogo (+7,6% em termos relativos).

Destaque também para a classe "A10P – Antidiabétios inibidores do co-transporte de sódios e glucose 2 (SGLT2)" que apresenta uma variação positiva de +0,69 M Unid face ao período homólogo, que equivale a +42,0% de variação relativa.

No TOP 5 de marcas com maiores variações positivas nas dispensas, em volume, destaca-se, o Ben-u-ron com uma variação de +0,96 M unidades e que corresponde a +10,9% em termos relativos.

COPYRIGHT © 2021 HEALTH MARKET RESEARCH. ALL RIGHTS RESERVED

PUBLICADO EM 13 DE DEZEMBRO DE 2021

Pharma Market | Generic

Maiores variações absolutas em valor | YTD Novembro 2021

DCIs

rank var abs	rank valor	DCI	Var. Abs. M€	Var.
1	4	Esomeprazol	3,88	37,5%
2	1	Atorvastatina	3,71	13,0%
3	53	Pitavastatina	2,98	653,8%
4	2	Rosuvastatina	2,59	18,5%
5	51	Dutasterida + Tansulosina	2,40	158,1%

Marcas

rank var abs	rank valor	Marca	Var. Abs. M€	Var.
1	1	Esomeprazol Ratiopharm	1,56	35,6%
2	49	Rivastigmina Generis	1,41	452,4%
3	9	Metformina Generis	0,93	51,6%
4	30	Esomeprazol Mylan	0,86	66,9%
5	6	Esomeprazol Krka	0,82	38,4%

Maiores variações absolutas em unidades | YTD Novembro 2021

DCIs

rank var abs	rank volume	DCI	Var. Abs. M Unid	Var.
1	1	Atorvastatina	0,63	12,3%
2	16	Esomeprazol	0,33	37,0%
3	63	Pitavastatina	0,31	673,1%
4	11	Rosuvastatina	0,28	21,8%
5	65	Dutasterida + Tansulosina	0,22	189,2%

Marcas

rank var abs	rank volume	Marca	Var. Abs. M Unid	Var.
1	4	Metformina Generis	0,36	82,5%
2	16	Bisoprolol Krka	0,17	71,6%
3	1	Atorvastatina Teva	0,15	14,6%
4	12	Esomeprazol Ratiopharm	0,13	36,3%
5	33	Amoxicilina/Ácido Clavulânico Generis	0,11	57,6%

No TOP 5 de DCIs de medicamentos genéricos com crescimento absoluto em valor mais acentuado nos últimos onze meses encontram-se o Esomeprazol e a Atorvastatina, que neste período cresceram respetivamente +3,88 M€ e +3,71 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 Nov'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.

COPYRIGHT © 2021 HEALTH MARKET RESEARCH. ALL RIGHTS RESERVED

PUBLICADO EM 13 DE DEZEMBRO DE 2021

Consumer Health Market

TOP5 variações absolutas em valor | YTD Novembro 2021

Classes HMR

rank var abs	rank valor	HMR3	Var. Abs. M€	Var.
1	13	H26.28.1. - COVID-19	17,85	>1000%
2	4	H26.4.11. - Medição glicose flash	6,80	25,0%
3	1	H10.1.1. - Anti-Inflamatórios e Anti-Reumáticos	4,14	8,6%
4	3	H08.1.1. - Tratamento e cuidado de pernas pesadas	3,11	9,8%
5	11	H17.9.3. - Protector solar adulto	2,80	16,0%

Marcas

rank var abs	rank valor	Marca	Var. Abs. M€	Var.
1	15	SARS-CoV-2 Roche	8,18	-
2	1	Freestyle	6,46	18,4%
3	27	SARS-CoV-2 Genrui	5,64	-
4	3	Daflon	2,25	10,8%
5	17	Filorga	1,45	23,3%

TOP5 variações absolutas em unidades | YTD Novembro 2021

Classes HMR

rank var abs	rank volume	HMR3	Var. Abs. M Unid	Var.
1	2	H26.28.1. - COVID-19	4,45	>1000%
2	3	H10.1.1. - Anti-Inflamatórios e Anti-Reumáticos	0,18	5,2%
3	4	H04.2.3. - Laxantes	0,18	5,2%
4	13	H20.22.1. - Material de Injecção	0,17	14,1%
5	8	H08.1.1. - Tratamento e cuidado de pernas pesadas	0,15	8,9%

Marcas

rank var abs	rank volume	Marca	Var. Abs. M Unid	Var.
1	3	SARS-CoV-2 Genrui	1,75	-
2	5	SARS-CoV-2 Roche	1,52	-
3	24	Flowflex	0,52	-
4	66	Pantest	0,32	-
5	73	Boson	0,28	-

No TOP 5 de classes HMR3 do segmento Consumer Health com maior crescimento em valor e em volume no YTD Nov'21 destaca-se a classe "H26.18.1. – COVID-19". Esta classe inclui os testes rápidos de antigénio para despiste de infeções por SARS-CoV-2 e apresenta um valor de transações de +17,85 M€ e +4,45 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 +1,52 M Unid e +8,18 M€ e +1,75 M Unid e +6,46 M€ no YTD Nov'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 +6,80 M€. Destaque para a dinâmica dos produtos da brand **Freestyle®**, que no conjunto apresentam uma evolução de +18,4%, +6,46 M€.

Salienta-se também a variação positiva de +8,6%, +4,14 M€ no SO em valor da classe "H10.1.1. - Anti-Inflamatórios e Anti-Reumáticos" no YTD Nov'21 face ao homólogo.

COPYRIGHT © 2021 HEALTH MARKET RESEARCH. ALL RIGHTS RESERVED

PUBLICADO EM 13 DE DEZEMBRO DE 2021

Consumer Health Market | TOP3 Marcas (1/2)

OTCs em valor
YTD Novembro 2021

Rank var abs	Rank Valor	Marca	Var. Abs. €	Var.
1	2	Daflon	2 252 337	10,8%
2	1	Voltaren - GSK	1 436 013	5,6%
3	4	Ben-u-ron	1 300 867	29,1%

OTCs em unidades
YTD Novembro 2021

Rank var abs	Rank Volume	Marca	Var. Abs. Unid	Var.
1	2	Ben-u-ron	213 356	14,3%
2	3	Daflon	100 593	9,8%
3	1	Voltaren - GSK	95 330	5,5%

Supplements em valor
YTD Novembro 2021

Rank var abs	Rank Valor	Marca	Var. Abs. €	Var.
1	3	EasySlim	1 229 455	20,9%
2	41	Vicks	947 598	>1000%
3	26	Symbiosys	929 058	141,1%

Supplements em unidades
YTD Novembro 2021

Rank var abs	Rank Volume	Marca	Var. Abs. Unid	Var.
1	41	Vicks	50 667	>1000%
2	5	EasySlim	44 470	20,7%
3	8	Atyflor	39 644	31,5%

Personal Care em valor
YTD Novembro 2021

Rank var abs	Rank Valor	Marca	Var. Abs. €	Var.
1	6	Filorga	1 446 042	23,3%
2	8	SVR	1 370 394	39,5%
3	7	Caudalie	1 327 863	22,2%

Personal Care em unidades
YTD Novembro 2021

Rank var abs	Rank Volume	Marca	Var. Abs. Unid	Var.
1	10	SVR	67 861	33,4%
2	2	Uriage	65 384	9,9%
3	11	Neutrogena	55 188	25,9%

OTC

No TOP 3 marcas do segmento OTC com maiores variações absolutas, o **Daflon®** no YTD Nov'21 vs homólogo apresenta, tanto em valor como em unidades uma evolução positiva (crescimentos de +10,8% e +9,8%, respetivamente). No YTD Nov'21 ocupa a primeiras posições no ranking do segmento em valor e segunda em unidades.

Segue-se o **Voltaren-GSK®** com crescimento em valor de +5,6% e em unidades de +5,5% face ao YTD homólogo.

Destaca-se ainda o **Ben-u-ron®** com uma dinâmica de crescimento em volume +213 356 Unid. e que lhe permite ocupar a primeira posição do TOP3 de marcas com maior variação absoluta em volume (+14,3%) e a terceira posição no top com maior absoluta em valor (+29,1%)

SUPPLEMENTS

Dentro do TOP 3 de variação absoluta verifica-se o crescimento em valor e em volume de 2 marcas: **EasySlim®** (+20,9% em valor, +20,7% em volume) e **Vicks®** (>1000% em valor e em volume).

A terceira posição do TOP 3 marcas com maiores variações em valor é estabelecida pela marca **Symbiosys®** com uma variação positiva de +141,1% (+929 058 €) . Para a terceira posição em unidades destaca-se a marcar Atyflor® com a maior variação em unidades +39 644 que corresponde a +31,5% crescimento relativo.

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 +1,45 M€ (+23,3%) face ao YTD homólogo. A marca **SVR®** com um crescimento de +1,37 M€ (+39,4%) e +67 861 Unid. (+33,4%) 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®** e Neutrogena®.

COPYRIGHT © 2021 HEALTH MARKET RESEARCH. ALL RIGHTS RESERVED

PUBLICADO EM 13 DE DEZEMBRO DE 2021

Consumer Health Market | TOP3 Marcas (2/2)

Patient Care em valor
YTD Novembro 2021

Rank var abs	Rank Valor	Marca	Var. Abs. €	Var.
1	5	SARS-CoV-2 Roche	8 179 767	-
2	1	Freestyle	6 458 481	18,4%
3	7	SARS-CoV-2 Genrui	5 635 162	-

Patient Care em unidades
YTD Novembro 2021

Rank var abs	Rank Volume	Marca	Var. Abs. Unid	Var.
1	2	SARS-CoV-2 Genrui	1 753 495	-
2	3	SARS-CoV-2 Roche	1 523 432	-
3	8	Flowflex	520 751	-

Nutrition em valor
YTD Novembro 2021

Rank var abs	Rank Valor	Marca	Var. Abs. €	Var.
1	6	Fresubin	858 269	66,4%
2	5	Fortimel	672 200	43,3%
3	7	PKU	313 229	19,0%

Nutrition em unidades
YTD Novembro 2021

Rank var abs	Rank Volume	Marca	Var. Abs. Unid	Var.
1	6	Fresubin	60 484	63,1%
2	7	Fortimel	47 572	46,5%
3	8	Nestlé	33 222	44,6%

Homeopathy em valor
YTD Novembro 2021

Rank var abs	Rank Valor	Marca	Var. Abs. €	Var.
1	2	Lymphomyosot	37 457	49,9%
2	9	Engystol	4 488	166,4%
3	16	Vertigoheel	3 970	627,5%

Homeopathy em unidades
YTD Novembro 2021

Rank var abs	Rank Volume	Marca	Var. Abs. Unid	Var.
1	3	Lymphomyosot	852	31,3%
2	10	Engystol	329	173,2%
3	14	Vertigoheel	268	582,6%

PATIENT CARE

Tomando o TOP 3 de variação absoluta em valor no YTD Nov'21, nas marcas do segmento de Patient Care, a marca **Freestyle®** com um crescimento de +18,4% 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 ainda os crescimentos registados por esta classe no YTD Nov'21 face ao homólogo.

NUTRITION

No TOP 3 das marcas com maiores variações absolutas no YTD Nov'21, em valor, as marcas **Fresubin®** e **Fortimel®** associadas a suplementos nutricionais orais, apresentam variações positivas nas duas perspetivas de análise (+66,4% e +43,3% em valor e +63,1% e +46,5% em volume no YTD Nov'21 face ao homólogo, respetivamente).

A marca **PKU®**, encerra o TOP 3 de marcas com maiores variações em valor no YTD Nov'21 com +19,0% face ao homólogo.

HOMEOPATHY

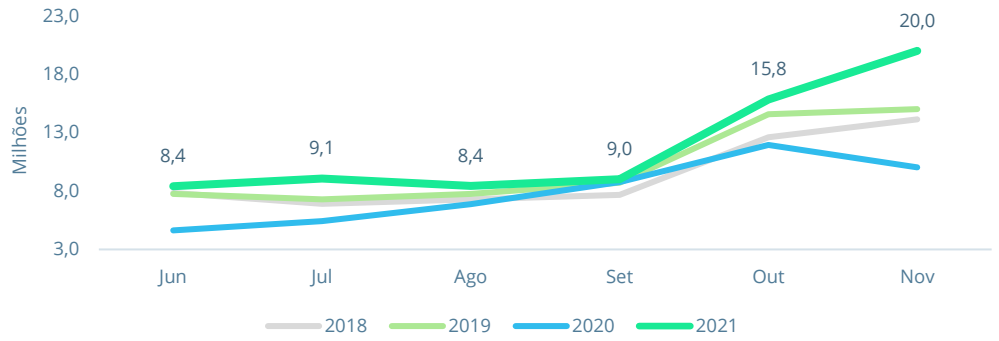
As marcas identificadas com maiores variações positivas são as seguintes: **Lymphomyosot®** (+49,9% e +31,3%, em valor e volume no YTD Nov'21),seguida da **Engystol®** e **Vertigoheel®**.

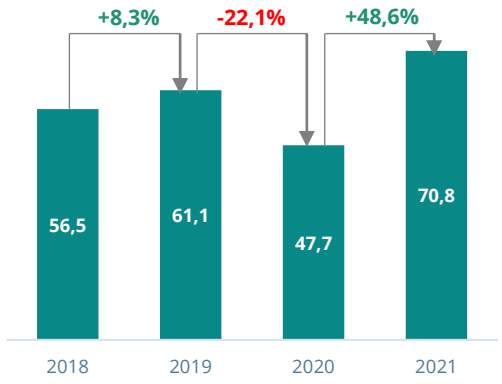
COPYRIGHT © 2021 HEALTH MARKET RESEARCH. ALL RIGHTS RESERVED

PUBLICADO EM 13 DE DEZEMBRO DE 2021

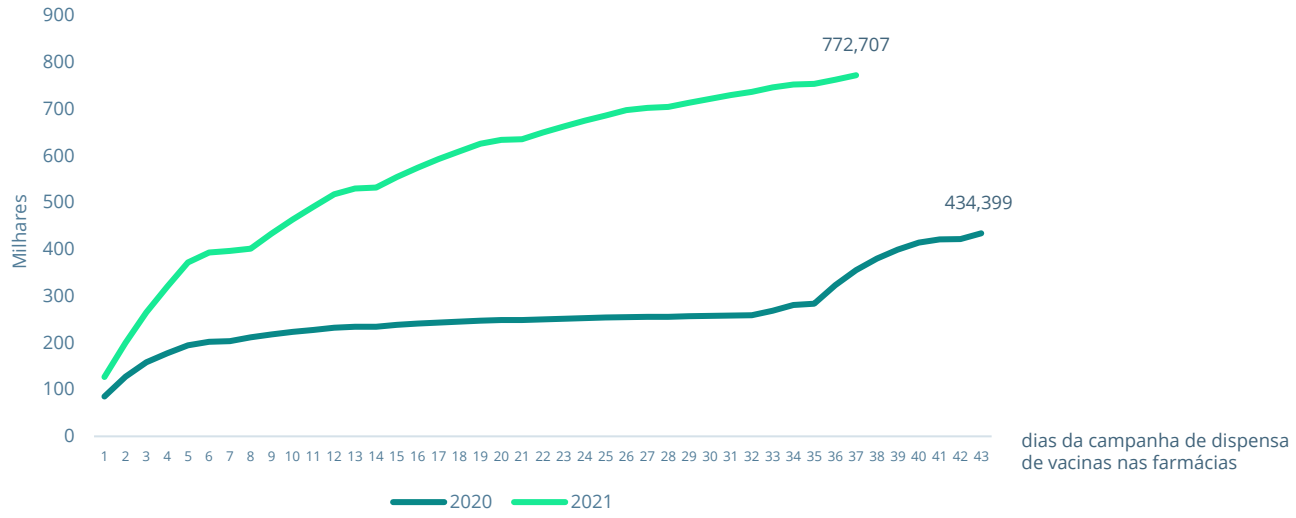
Análise extra – Consumer Health (Categorias de inverno)

Categorias de Inverno (Cough & Cold) em valor (M€)
Junho-Novembro
Anos de 2018 a 2021





Análise diária das dispensas de vacinas contra a gripe (Influenza)
Outubro-Novembro 2020 vs. Outubro-Novembro 2021
Dados diários (n.º de dias de campanha de vacinação nas farmácias)



No mês de Novembro voltamos a analisar o mercado de produtos associados às categorias *cough & cold* (*) entre os meses de Junho e Novembro para os anos de 2018, 2019, 2020 e 2021.

Conforme anteriormente avançado, o início da venda de produtos das categorias de inverno verificou-se antecipado face à normal época de maior sazonalidade na venda destes produtos.

Em Novembro de 2021 observa-se um valor de Sell Out acumulado para o período entre Junho a Novembro de 70,8 M€ superior a qualquer um dos restantes períodos em análise, observando-se uma variação positiva de +48,6%, 2021 vs. 2020. No último mês em análise, Novembro de 2021, a variação homóloga apresenta-se também positiva com uma performance de +99,9% (20,0 M€).

Por último, voltamos a analisar as dispensas associadas à campanha de vacinação contra a gripe (Influenza) relativa ao contingente geral de vacinas disponíveis nas Farmácias que teve início a 25 de Outubro de 2021.

Esta análise permite-nos observar que no período entre o início da campanha de dispensa de vacinas até ao final do mês de Novembro, durante 37 dias, registou-se a dispensa de 772.707 vacinas.

Por comparação ao período homólogo, considerando que a campanha de dispensa de vacinas em 2020 teve início mais cedo, a 19 de Outubro (representando 43 dias de dispensas), em Novembro de 2021, mesmo considerando um período mais curto verifica-se um crescimento de +77,9% das dispensas de vacinas contra a gripe.

(*) 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.

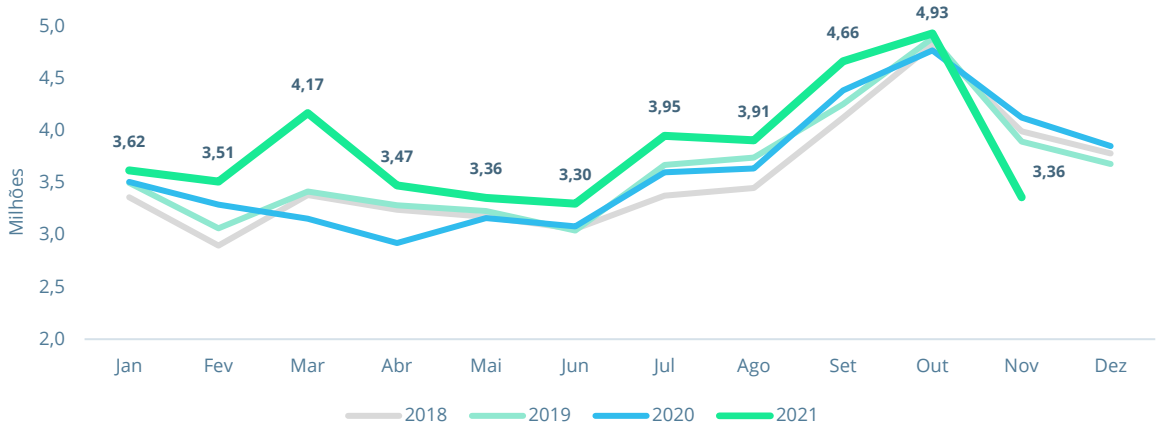
COPYRIGHT © 2021 HEALTH MARKET RESEARCH. ALL RIGHTS RESERVED

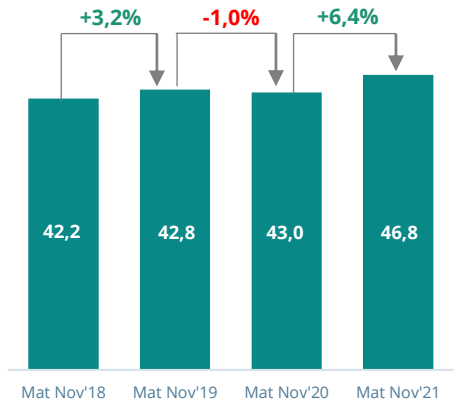
PUBLICADO EM 13 DE DEZEMBRO DE 2021

Análise extra – Consumer Health (Mercado de produtos capilares)

Mercado Capilar em valor (M€)

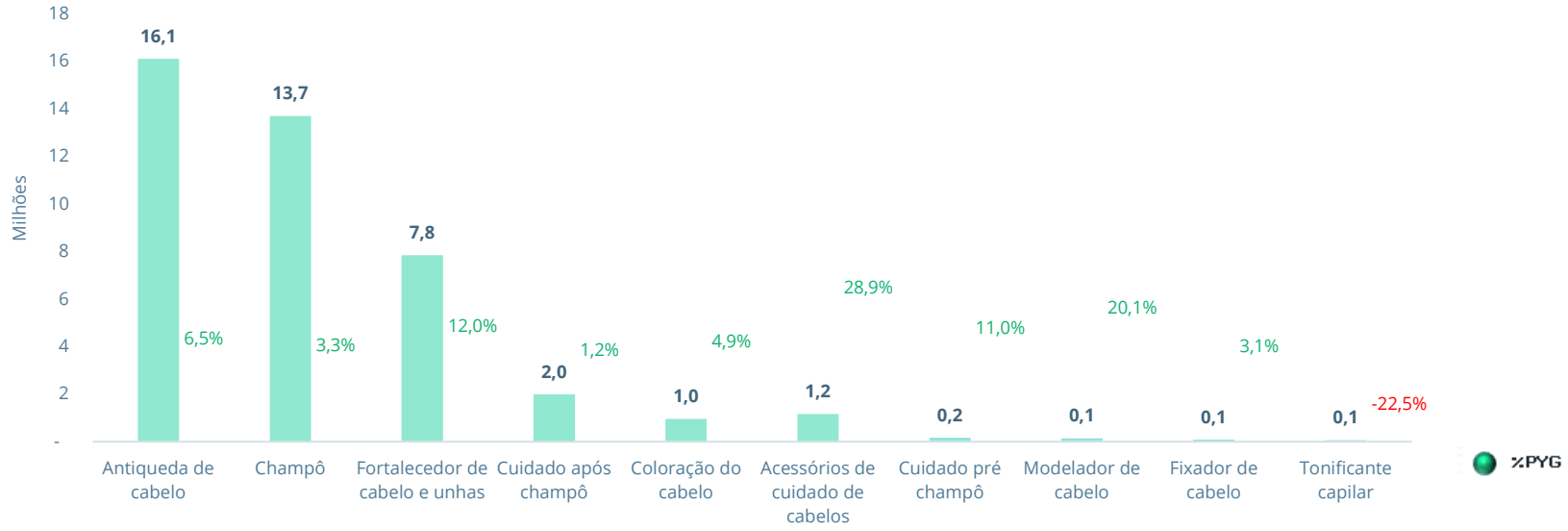
Anos de 2018 a 2021





Análise por categorias (M€)

MAT Nov'20 vs. MAT Nov'21



No mês de Novembro foi também analisado o mercado de produtos capilares (*) para os anos de 2018, 2019, 2020 e 2021. Pode salientar-se que este mercado apresenta uma dinâmica negativa, no mês, comparativamente com os anos anteriores, atingindo no mês de Novembro de 2021 um total de 3,4 Milhões de euros.

Todavia, no MAT Nov'21 observa-se um valor de Sell Out acumulado superior aos anos anteriores, sendo a variação de +6,4% em valor e +4,8% em volume, face ao mesmo período de 2020, demonstrando uma dinâmica positiva deste mercado.

Através da análise por categorias, verifica-se que a categoria de Tonificante capilar é a única categoria que não apresenta recuperação, verificando-se um crescimento negativo de -22,5% no acumulado dos 12 meses mais recentes face ao mesmo período de 2020. Verificou-se, também que as 3 categorias com maior peso registam crescimento positivo, antiqueda de cabelo +6,5%, champô com +3,3% e Fortalecedor de cabelos e unhas com +12,0%.

(*) Mercado capilar: H17.15.1. - Cuidado pré champô, H17.15.10. - Fixador de cabelo, H17.15.11. - Modelador de cabelo, H17.15.12. - Acessórios de cuidado de cabelos, H17.15.2. – Champô, H17.15.3. - Cuidado após champô c/ enxaguamento, H17.15.4. - Cuidado após champô s/ enxaguamento, H17.15.6. - Antiqueda de cabelo,H17.15.7. - Fortalecedor de cabelo e unhas, H17.15.8. - Tonificante capilar, H17.15.9. - Coloração do cabelo, H15.6.2. - Champô homem.

COPYRIGHT © 2021 HEALTH MARKET RESEARCH. ALL RIGHTS RESERVED

PUBLICADO EM 13 DE DEZEMBRO DE 2021

FICHA TÉCNICA

MARKET WATCH PORTUGAL – Novembro 2021

HMR

Âmbito
Evolução mensal do Mercado de Farmácia em Portugal

Periodicidade
Mensal

Períodos Analisados
Meses - Dezembro/20 a Novembro/21
Ano Móvel - MAT Novembro/20 e MAT Novembro/21
Year to date - YTD Novembro/20 e YTD Novembro/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 Portugal (Continente e Ilhas) com venda ao público.

Painel farmácia HMR
Este relatório referente ao mês de Novembro teve por base um painel de 2.517 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 = 87%.

- ***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.

COPYRIGHT © 2021 HEALTH MARKET RESEARCH. ALL RIGHTS RESERVED

HMR health market research

Knowledge for better health