

Market Watch Portugal

Outubro 2022

No mês de Outubro de 2022 o mercado farmacêutico registou uma variação de +10,4% no Sell Out em valor e +7,2% em unidades, face ao mesmo mês do ano anterior.

No segmento Pharma registou-se uma variação de +12,2% de Sell Out em valor, correspondendo a um acréscimo de +33,6 M€, enquanto que no segmento Consumer Healthcare a variação foi de +8,6% correspondendo a +8,97 M€.

Margarida Ribeiro
Consulting Services
margarida.ribeiro@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.

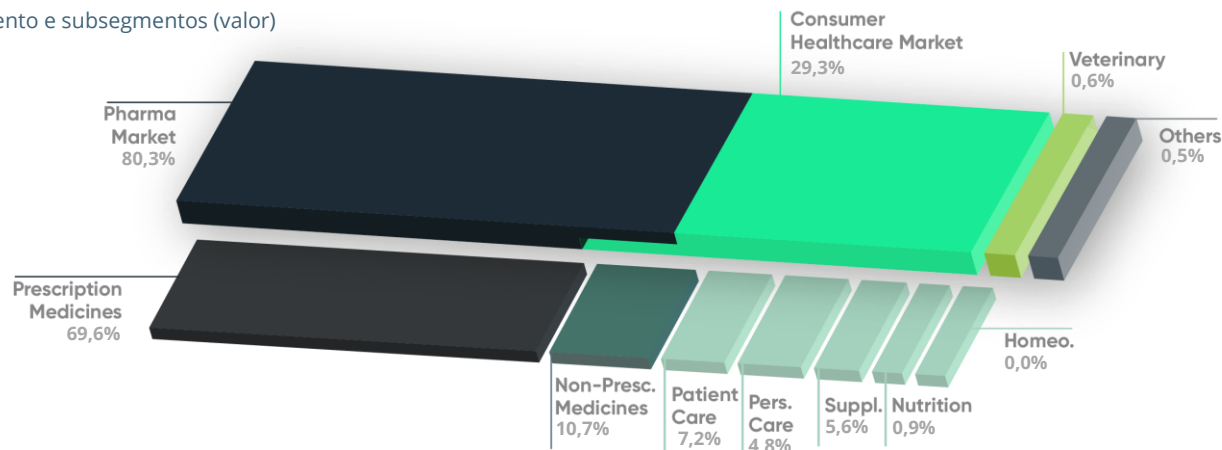


Mercado Total

Dinâmica do canal Farmácia

Outubro 2022

Peso por segmento e subsegmentos (valor)



Dinâmica do canal Farmácia

Por subsegmentos

	Outubro 2022						YTD Outubro 2022					
	VALOR			VOLUME			VALOR			VOLUME		
	M€	Q.M.	VARIAÇÃO	M UNID.	Q.M.	VARIAÇÃO	M€	Q.M.	VARIAÇÃO	M UNID.	Q.M.	VARIAÇÃO
Mercado Total	385,8 €	100,0%	10,4%	32,3	100,0%	7,2%	3 656,1 €	100,0%	13,2%	314,7	100,0%	13,3%
Pharma Market	310,0 €	80,3%	12,2%	26,4	81,6%	9,2%	2 809,8 €	76,9%	11,4%	242,4	77,0%	9,6%
Consumer Healthcare	113,0 €	29,3%	8,6%	9,8	30,4%	5,1%	1 086,5 €	29,7%	13,4%	101,7	32,3%	19,3%
Prescription Medicines	268,5 €	69,6%	12,5%	21,9	67,9%	9,8%	2 436,0 €	66,6%	10,4%	202,0	64,2%	8,3%
Branded	204,4 €	53,0%	11,8%	13,1	40,6%	6,3%	1 848,4 €	50,6%	10,8%	121,4	38,6%	7,3%
Generic	64,1 €	16,6%	14,8%	8,8	27,3%	15,4%	587,7 €	16,1%	9,1%	80,5	25,6%	9,8%
Non Prescription (OTC)	41,5 €	10,7%	10,2%	4,5	13,8%	6,7%	373,8 €	10,2%	18,9%	40,4	12,8%	16,6%
Branded	39,3 €	10,2%	9,2%	4,1	12,8%	5,9%	354,9 €	9,7%	18,0%	37,6	12,0%	16,0%
Generic	2,1 €	0,6%	34,0%	0,3	1,0%	18,1%	18,9 €	0,5%	36,6%	2,8	0,9%	24,7%
Homeopathy	0,1 €	0,0%	-1,7%	0,0	0,0%	-9,7%	0,8 €	0,0%	9,1%	0,1	0,0%	5,2%
Nutrition	3,4 €	0,9%	8,6%	0,2	0,7%	3,7%	33,1 €	0,9%	10,1%	2,3	0,7%	6,6%
Patient Care	27,6 €	7,2%	6,9%	2,7	8,4%	2,1%	291,2 €	8,0%	15,2%	35,8	11,4%	34,4%
Personal Care	18,6 €	4,8%	4,2%	1,2	3,7%	1,9%	200,7 €	5,5%	4,2%	12,9	4,1%	2,4%
Supplements	21,8 €	5,6%	11,9%	1,2	3,7%	10,5%	186,9 €	5,1%	11,6%	10,1	3,2%	12,2%
Others	2,0 €	0,5%	-56,1%	0,4	1,3%	-38,3%	109,3 €	3,0%	168,2%	9,5	3,0%	115,5%
Veterinary	2,3 €	0,6%	7,9%	0,1	0,5%	0,8%	24,3 €	0,7%	0,8%	1,6	0,5%	-7,4%

No mês de Outubro de 2022 o mercado farmacêutico registou uma variação de +10,4% no Sell Out em valor e +7,2% em unidades, face ao mesmo mês do ano anterior.

No segmento **Pharma** registou-se uma variação de +12,2% de Sell Out em valor, correspondendo a um acréscimo de +33,6 M€. Em volume, a variação foi de +9,2%, representando +2,23 M unidades.

O segmento **Consumer Healthcare** apresentou, em valor, uma variação de +8,6% correspondendo a +8,97 M€ e em volume uma variação de +5,1%.

O subsegmento **Prescription Medicines** apresenta um crescimento superior, tanto em valor (+12,5%) como em volume (+9,8%), destacando-se o subsegmento **Generic**.

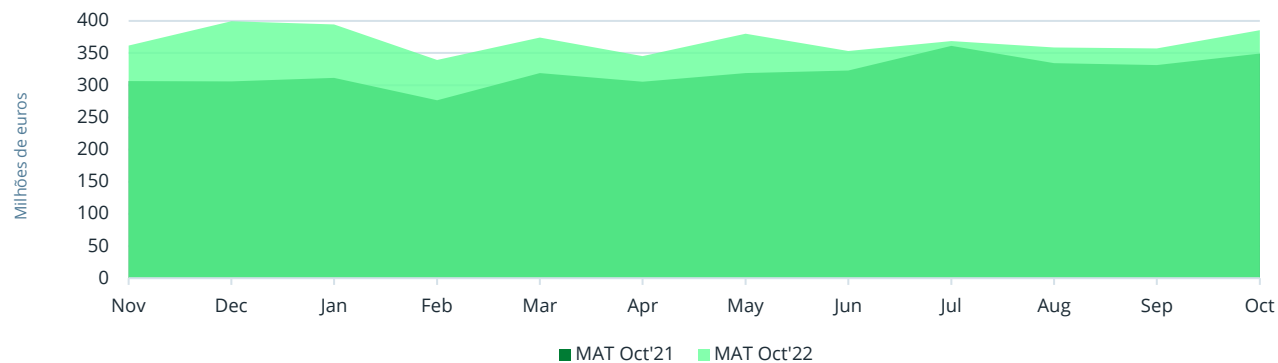
O subsegmento **Supplements** apresenta o maior crescimento em valor (+11,9%) e em volume (+10,5%).

O comportamento do mercado, no acumulado dos dez primeiros meses do ano (YTD Outubro'22), apresenta assim uma tendência de variação positiva em valor e volume, com uma variação de +13,2% e +13,3%, respetivamente.

Mercado Total

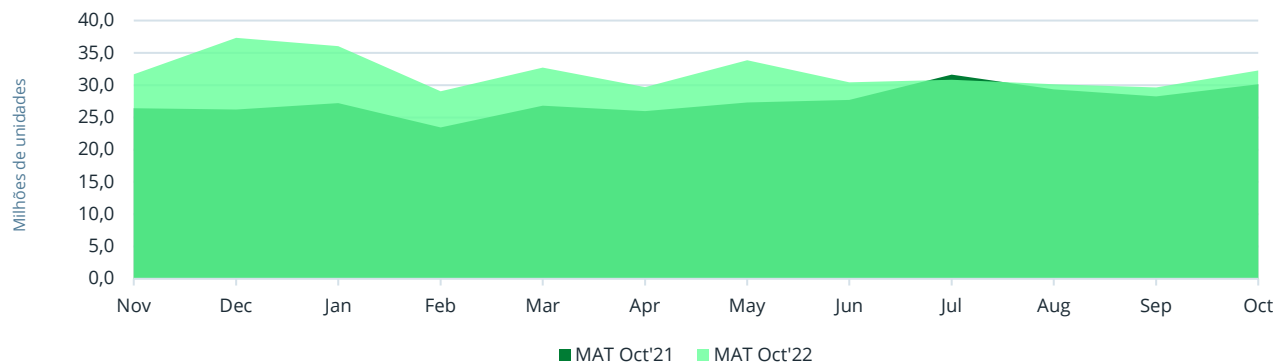
Evolução mensal em valor

Novembro 2021 – Outubro 2022



Evolução mensal em volume

Novembro 2021 – Outubro 2022



Regista-se uma variação face ao mês de Setembro'22 de +8,0% e de +8,9% em valor e volume, respetivamente.

Nos últimos 12 meses o mercado, em valor, tem sido superior aos meses do período homólogo. Em volume, esta tendência também se verifica com a exceção de Julho.

Em acumulado nos últimos 12 meses (MAT Outubro'22) o mercado apresenta uma variação em valor de +574,2 M€ (+14,9%) comparativamente com o período homólogo, e em volume de 53,3 M unidades (+16,1%).

Pharma Market



Maiores variações absolutas em valor | YTD Outubro 2022

Classes ATC3

rank var abs	rank valor	ATC3	Var. Abs. M€	Var.
1	2	A10P - Antidiabéticos inibidores do co-transportador de sódio e glucose 2 (SGLT2)	48,10	51,1%
2	8	A10S - Agonista do GLP-1	33,25	64,9%
3	1	B01F - Inibidores directos do Factor Xa	21,60	15,2%
4	7	N02B - Analgésicos não narcóticos e antipiréticos	18,49	22,3%
5	5	C09D - Associações de antagonistas da angiotensina-II	12,51	13,5%

Maiores variações absolutas em unidades | YTD Outubro 2022

Classes ATC3

rank var abs	rank volume	ATC3	Var. Abs. M Unid	Var.
1	1	N02B - Analgésicos não narcóticos e antipiréticos	4,15	19,4%
2	2	C10A - Reguladores do colesterol e triglicédeos	1,17	10,0%
3	21	A10P - Antidiabéticos inibidores do co-transportador de sódio e glucose 2 (SGLT2)	1,08	51,7%
4	28	R02A - Preparações para a garganta	1,07	64,6%
5	3	N06A - Antidepressivos e estabilizadores do humor	0,93	9,6%

Marcas

rank var abs	rank valor	Marca	Var. Abs. M€	Var.
1	10	Ozempic	22,57	474,1%
2	4	Trulicity	11,98	54,1%
3	3	Forxiga	11,70	45,2%
4	1	Eliquis	9,47	15,4%
5	5	Xigduo	9,43	41,3%

Marcas

rank var abs	rank volume	Marca	Var. Abs. M Unid	Var.
1	1	Ben-u-ron	1,79	20,5%
2	2	Brufen	0,77	35,7%
3	12	Metformina Generis	0,71	233,6%
4	19	Streptfen	0,45	97,1%
5	15	Ibuprofeno Generis	0,33	51,2%

Nos primeiros dez meses de 2022 (YTD Outubro'22) a classe terapêutica "A10P - Antidiabéticos inibidores do co-transportador de sódio e glucose 2 (SGLT2)" mantém-se com maior crescimento absoluto em valor, com uma variação de +48,10 M€ (+51,1%) face ao período homólogo. As marcas **Forxiga®** e **Xigduo®** revelam-se importantes alavancas deste crescimento, com variações em valor de +11,70 M€ e +9,43 M€, respetivamente, que corresponde a uma variação positiva de +45,2% e 41,3% face ao YTD homólogo.

Destaca-se novamente a classe "A10S - Agonista do GLP-1", que ocupa a segunda posição quanto à variação de dispensas em valor deste segmento e apresenta um crescimento face ao período homólogo de +33,25 M€ que corresponde a um crescimento relativo de +64,9% impulsionada pelo **Ozempic®**, marca que continua a registar o maior crescimento absoluto, nomeadamente de +22,57 M€.

No que respeita às dispensas em volume desde o início do ano, a classe ATC3, "N02B - Analgésicos não narcóticos e antipiréticos" mantém a dinâmica de crescimento absoluto em +4,15 M Unid face ao período homólogo e +19,4% em termos relativos.

O segundo lugar de variação absoluta em volume é ocupado pela classe "C10A - Reguladores do colesterol e triglicédeos", com um crescimento absoluto de +1,17 M Unid face ao período homólogo (+10,0% em termos relativos).

No TOP 5 de marcas com maiores variações positivas nas dispensas, em volume, o **Ben-u-ron®** com uma variação de +1,79 M Unid, que corresponde a uma variação de +20,5% em termos relativos, continua com uma dinâmica positiva de crescimento.

Pharma Market | Generic

Maiores variações absolutas em valor | YTD Outubro 2022

DCIs

rank var abs	rank valor	DCI	Var. Abs. M€	Var.
1	1	Atorvastatina	5,07	17,4%
2	2	Rosuvastatina	3,37	22,6%
3	24	Ibuprofeno	1,79	35,7%
4	95	Citisiniclina	1,78	-
5	53	Azitromicina	1,58	87,1%

Marcas

rank var abs	rank valor	Marca	Var. Abs. M€	Var.
1	5	Metformina Generis	2,34	294,9%
2	42	Dextazin	1,78	-
3	13	Rivastigmina Generis	1,05	69,2%
4	4	Ibuprofeno Generis	1,04	48,7%
5	2	Atorvastatina Teva	0,95	23,5%

No TOP 5 de DCIs de medicamentos genéricos com crescimento absoluto em valor mais acentuado no YTD Outubro'2022 encontram-se a Atorvastatina e Rosuvastatina, que neste período cresceram respetivamente +5,07 M€ e +3,37 M€ face ao período homólogo.

Destaque novamente para a **Metformina Generis®** que apresenta um crescimento absoluto no mercado de +2,34 M€.

No TOP 5 de DCIs com maiores variações absolutas em volume encontra-se também na primeira posição a Atorvastatina, com uma variação de 0,85 M Unid (16,4%). Em segundo lugar no ranking de moléculas com maior variação absoluta em volume encontra-se o Paracetamol, com +0,70 M Unid (+25,8%).

Maiores variações absolutas em unidades | YTD Outubro 2022

DCIs

rank var abs	rank volume	DCI	Var. Abs. M Unid	Var.
1	1	Atorvastatina	0,85	16,4%
2	2	Paracetamol	0,70	25,8%
3	8	Ibuprofeno	0,53	36,4%
4	11	Rosuvastatina	0,36	25,7%
5	32	Azitromicina	0,34	86,7%

Marcas

rank var abs	rank volume	Marca	Var. Abs. M Unid	Var.
1	2	Metformina Generis	0,71	233,6%
2	3	Ibuprofeno Generis	0,33	51,2%
3	4	Paracetamol Generis	0,27	39,0%
4	1	Atorvastatina Teva	0,20	18,9%
5	15	Diazepam Ratiopharm	0,19	72,2%

Consumer Health Market



Maiores variações absolutas em valor | YTD Outubro 2022

Classes HMR

rank var abs	rank valor	HMR3	Var. Abs. M€	Var.
1	5	H26.28.1. - COVID-19	18,29	123,0%
2	8	H01.2.1. - Inflamação Garganta	11,46	79,5%
3	2	H26.4.12. - Medição de glicose contínua	8,61	28,0%
4	6	H02.1.1. - Analgésicos e Antipiréticos	7,81	31,0%
5	15	H01.1.1. - Expectorantes	7,71	83,9%

Marcas

rank var abs	rank valor	Marca	Var. Abs. M€	Var.
1	6	Flowflex	11,83	>1.000%
2	1	Freestyle	7,75	20,6%
3	23	All Test	6,96	>1.000%
4	15	Strepfen	4,28	108,2%
5	11	Brufen	3,25	53,0%

No TOP 5 de classes HMR3 do segmento Consumer Health com maior crescimento em valor e em volume no YTD Outubro'22 mantém-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 +18,29 M€ e +8,53 M Unid neste período. O **Flowflex®** e **All test®**, autotestes SARS-CoV-2, continuam a contribuir de forma relevante para o Sell Out desta classe com +4,81 M Unid e +11,83 M€ e +2,61 M Unid e +6,96 M€ no YTD Outubro'22, respetivamente.

Em termos de ganhos relativos em valor, salienta-se também as classes "H01.2.1. - Inflamação Garganta" e "H01.1.1. - Expectorantes" com um crescimento face ao período homólogo de +11,46 M€ (+79,5%) e +7,71 M€ (+83,9%), no YTD Outubro'22 face ao homólogo, respetivamente.

Maiores variações absolutas em unidades | YTD Outubro 2022

Classes HMR

rank var abs	rank volume	HMR3	Var. Abs. M Unid	Var.
1	1	H26.28.1. - COVID-19	8,53	239,2%
2	2	H02.1.1. - Analgésicos e Antipiréticos	1,22	24,2%
3	5	H01.2.1. - Inflamação Garganta	1,21	69,0%
4	8	H01.1.1. - Expectorantes	0,88	80,1%
5	7	H01.4.1. - Antigrípais	0,65	47,2%

Marcas

rank var abs	rank volume	Marca	Var. Abs. M Unid	Var.
1	1	Flowflex	4,81	>1.000%
2	2	All Test	2,61	>1.000%
3	10	Boson Biotech	1,01	>1.000%
4	3	Ben-u-ron	0,50	32,6%
5	32	Labnovation	0,48	-

Consumer Health Market | TOP3 Marcas (1/2)

OTCs em valor

YTD Outubro 2022

Rank var abs	Rank Valor	Marca	Var. Abs. €	Var.
1	4	Strepfen	4 283 436	108,2%
2	3	Brufen	3 254 782	53,0%
3	5	Ben-u-ron	2 450 151	48,0%

Supplements em valor

YTD Outubro 2022

Rank var abs	Rank Valor	Marca	Var. Abs. €	Var.
1	3	Grintuss	2 948 009	92,9%
2	8	Atyflor	1 274 931	59,5%
3	7	Tecnilor	781 774	26,8%

Personal Care em valor

YTD Outubro 2022

Rank var abs	Rank Valor	Marca	Var. Abs. €	Var.
1	1	Avène	1 189 829	9,1%
2	2	Isdin	1 124 466	9,9%
3	9	SVR	917 368	20,8%

OTCs em unidades

YTD Outubro 2022

Rank var abs	Rank Volume	Marca	Var. Abs. Unid	Var.
1	1	Ben-u-ron	496 894	32,6%
2	5	Strepfen	449 255	97,1%
3	3	Brufen	439 886	46,8%

Supplements em unidades

YTD Outubro 2022

Rank var abs	Rank Volume	Marca	Var. Abs. Unid	Var.
1	1	Grintuss	212 408	86,2%
2	5	Atyflor	79 365	55,1%
3	27	Bi-Oralsuero	45 148	132,1%

Personal Care em unidades

YTD Outubro 2022

Rank var abs	Rank Volume	Marca	Var. Abs. Unid	Var.
1	9	SVR	56 958	23,1%
2	20	Curaprox	55 826	41,3%
3	1	Avène	49 840	6,7%

OTC

No TOP 3 marcas do segmento OTC com maiores variações absolutas no YTD Outubro'22 vs homólogo, o **Strepfen®** apresenta em valor uma evolução positiva (crescimento de +108,2%, +4,3 M€). No YTD Outubro'22 ocupa a segunda posição no ranking do crescimento em unidades.

Segue-se o **Brufen®** com crescimento em valor de +53,0% e em unidades de +46,8% face ao YTD homólogo.

Destaca-se ainda o **Ben-u-ron®** com uma dinâmica de crescimento em volume 496 894 Unid e que lhe permite ocupar a terceira posição do TOP3 de marcas com maior variação absoluta em valor (+48,0%) e a primeira posição no top com maior variação absoluta em volume (+32,6%).

SUPPLEMENTS

Dentro do TOP 3 de variação absoluta verifica-se o maior crescimento em valor e em volume da marca **Grintuss®** (+92,9% em valor, +86,2% em volume), a segunda posição de variação em valor e em volume é ocupada pelo **Atyflor®** (+59,5% em valor e 55,1% em volume).

PERSONAL CARE

No TOP 3 marcas com maiores variações absolutas associadas ao Personal Care, destaque para a marca **Avène®** que apresenta uma evolução de vendas em valor de 1 189 829 € (+9,1%) face ao YTD homólogo, seguindo-se a marca **Isdin®** com um crescimento de 1 124 466 € (+9,9%).

No TOP 3 marcas com maiores variações absolutas no Sell Out, destaque ainda para a marca **SVR®** que ocupa a terceira posição em valor (+20,8%) e a maior variação em unidades (+23,1%).

Consumer Health Market | TOP3 Marcas (2/2)



Patient Care em valor

YTD Outubro 2022

Rank var abs	Rank Valor	Marca	Var. Abs. €	Var.
1	2	Flowflex	11 826 616	>1.000%
2	1	Freestyle	7 751 367	20,6%
3	6	All Test	6 957 483	>1.000%

Nutrition em valor

YTD Outubro 2022

Rank var abs	Rank Valor	Marca	Var. Abs. €	Var.
1	4	Fresubin	698 970	36,1%
2	2	Aptamil	651 389	20,2%
3	1	Nan	641 943	15,7%

Homeopathy em valor

YTD Outubro 2022

Rank var abs	Rank Valor	Marca	Var. Abs. €	Var.
1	2	Lymphomyosot	28 798	27,9%
2	1	Boiron	25 110	6,9%
3	7	Engystol	5 620	87,4%

Patient Care em unidades

YTD Outubro 2022

Rank var abs	Rank Volume	Marca	Var. Abs. Unid	Var.
1	1	Flowflex	4 808 607	>1.000%
2	2	All Test	2 613 811	>1.000%
3	7	Boson Biotech	1 006 747	>1.000%

Nutrition em unidades

YTD Outubro 2022

Rank var abs	Rank Volume	Marca	Var. Abs. Unid	Var.
1	7	Nestlé	49 905	51,5%
2	6	Fresubin	43 845	31,2%
3	3	Aptamil	28 153	14,2%

Homeopathy em unidades

YTD Outubro 2022

Rank var abs	Rank Volume	Marca	Var. Abs. Unid	Var.
1	1	Boiron	4172	5,0%
2	3	Lymphomyosot	622	19,1%
3	11	Luffeel	376	155,4%

PATIENT CARE

Considerando o TOP 3 de variação absoluta em valor no YTD Outubro'22 do segmento de Patient Care, os autotestes de despiste de SARS-CoV-2 ocupam a primeira e terceira posição do ranking em valor e as três em volume. A marca **Flowflex**[®] mantém a primeira posição, com uma variação de +11,83 M€, e a **All Test**[®] ocupa a terceira posição com uma variação de +6,96 M€.

A marca **Freestyle**[®] regista a segunda posição com uma variação de +7,75 M€.

A variação absoluta em volume mantém-se preenchida pelas referidas marcas de autotestes de despiste de SARS-CoV-2, somando-se a marca **Boson Biotech**[®] que apresenta uma variação de +1 M Unid.

NUTRITION

No TOP 3 das marcas com maiores variações absolutas no YTD Outubro'22, em valor, a marca **Fresubin**[®] apresenta a maior variação positiva em valor (+36,1%).

A marca **Aptamil**[®] mantém a segunda posição do TOP 3 de marcas com maiores variações em valor no YTD Outubro'22 com +20,2% face ao homólogo (+651 389 €), seguida da marca **Nan**[®] que apresenta uma variação de +15,7%.

HOMEOPATHY

As marcas identificadas com maiores variações positivas no YTD Outubro'22 são as seguintes: **Lymphomyosot**[®] (+27,9% e +19,1%, em valor e volume), seguida da **Boiron**[®] (+6,9% e +5,0%, em valor e volume).

A terceira posição com maior variação positiva em valor é ocupada pela **Engystol**[®] enquanto que em volume é pela **Luffeel**[®].

Âmbito

Evolução mensal do Mercado de Farmácia em Portugal

Periodicidade

Mensal

Períodos Analisados

Meses - Novembro/21 a Outubro/22

Ano Móvel - MAT Outubro/21 e MAT Outubro/22

Year to date - YTD Outubro/21 e YTD Outubro/22

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 Outubro teve por base um painel de 2.530 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 = 87%.

- **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