

Market Watch Portugal

Fevereiro 2023

No mês de Fevereiro de 2023 o mercado farmacêutico registou uma variação de +0,3% no Sell Out em valor e -2,4% em unidades, face ao mesmo mês do ano anterior.

No segmento Pharma registou-se uma variação de +8,4% de Sell Out em valor, correspondendo a um acréscimo de +21,0 M€, enquanto que no segmento Consumer Healthcare a variação foi de +14,7% correspondendo a +13,4 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.

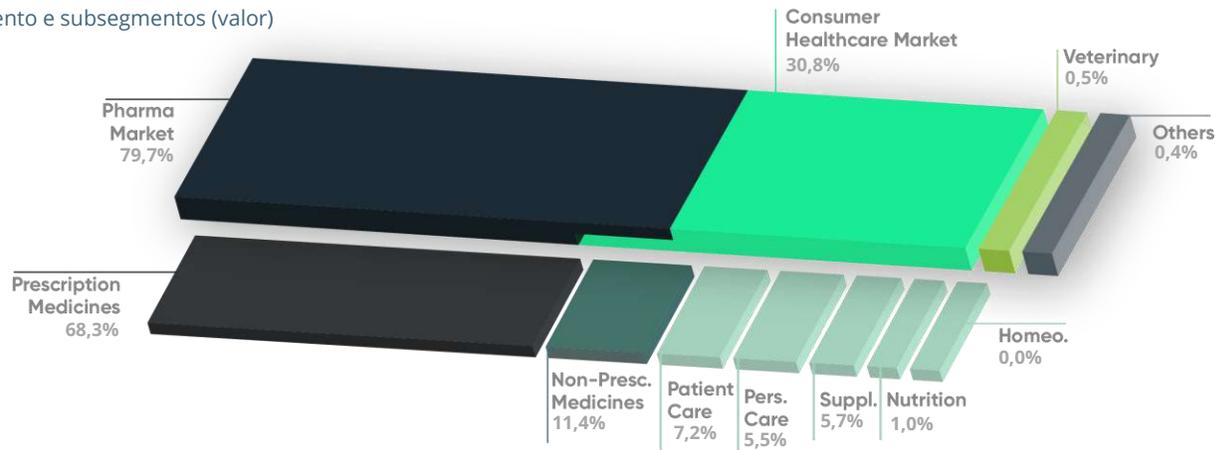


Mercado Total

Dinâmica do canal Farmácia

Fevereiro 2023

Peso por segmento e subsegmentos (valor)



Dinâmica do canal Farmácia

Por subsegmentos

	Fevereiro 2023						YTD Fevereiro 2023					
	VALOR			VOLUME			VALOR			VOLUME		
	M€	Q.M.	VARIAÇÃO	M UNID.	Q.M.	VARIAÇÃO	M€	Q.M.	VARIAÇÃO	M UNID.	Q.M.	VARIAÇÃO
Mercado Total	340,2 €	100,0%	0,3%	28,4	100,0%	-2,4%	714,9 €	100,0%	-2,6%	60,0	100,0%	-7,9%
Pharma Market	271,2 €	79,7%	8,4%	23,3	82,2%	7,9%	571,5 €	79,9%	9,8%	49,4	82,4%	8,5%
Consumer Healthcare	104,8 €	30,8%	14,7%	8,8	31,1%	0,5%	219,4 €	30,7%	9,5%	18,6	31,0%	-12,8%
Prescription Medicines	232,3 €	68,3%	5,7%	19,2	67,7%	5,0%	488,7 €	68,4%	7,5%	40,6	67,8%	6,4%
Branded	172,3 €	50,6%	3,3%	11,2	39,5%	1,3%	362,0 €	50,6%	5,0%	23,7	39,5%	2,2%
Generic	60,0 €	17,6%	13,2%	8,0	28,3%	10,7%	126,7 €	17,7%	15,5%	17,0	28,3%	12,8%
Non Prescription (OTC)	38,9 €	11,4%	28,0%	4,1	14,5%	23,7%	82,7 €	11,6%	25,3%	8,8	14,6%	19,7%
Branded	36,7 €	10,8%	27,1%	3,8	13,4%	22,8%	78,1 €	10,9%	24,3%	8,1	13,6%	18,9%
Generic	2,2 €	0,7%	45,5%	0,3	1,1%	36,4%	4,7 €	0,7%	44,5%	0,7	1,1%	30,5%
Homeopathy	0,1 €	0,0%	6,7%	0,0	0,0%	3,8%	0,2 €	0,0%	9,1%	0,0	0,0%	6,8%
Nutrition	3,5 €	1,0%	16,7%	0,2	0,8%	5,6%	7,0 €	1,0%	19,3%	0,4	0,7%	8,6%
Patient Care	24,4 €	7,2%	-5,1%	2,2	7,7%	-34,0%	51,2 €	7,2%	-18,4%	4,6	7,6%	-52,3%
Personal Care	18,5 €	5,5%	14,5%	1,2	4,3%	14,3%	37,3 €	5,2%	15,9%	2,5	4,2%	15,3%
Supplements	19,3 €	5,7%	21,0%	1,1	3,8%	23,5%	40,9 €	5,7%	23,1%	2,3	3,8%	24,5%
Others	1,4 €	0,4%	-94,6%	0,2	0,8%	-87,8%	3,1 €	0,4%	-95,9%	0,5	0,8%	-90,7%
Veterinary	1,7 €	0,5%	3,1%	0,1	0,4%	-3,1%	3,7 €	0,5%	7,8%	0,2	0,4%	0,5%

No mês de Fevereiro de 2023 o mercado farmacêutico registou uma variação de +0,3% no Sell Out em valor e -2,4% em unidades, face ao mesmo mês do ano anterior.

No segmento **Pharma** registou-se uma variação de +8,4% de Sell Out em valor, correspondendo a um acréscimo de +21,0 M€. Em volume, a variação foi de +7,9%, representando +1,7 M unidades.

O segmento **Consumer Healthcare** apresentou, em valor, uma variação de +14,7% correspondendo a +13,4 M€ e em volume uma variação de +0,5%, representando +40 Mil unidades.

O subsegmento **Non Prescription (OTC)** apresenta um crescimento superior, tanto em valor (+28,0%) como em volume (+23,7%).

O subsegmento **Supplements** apresenta o maior crescimento em valor (+21,0%) e em volume (+23,5%).

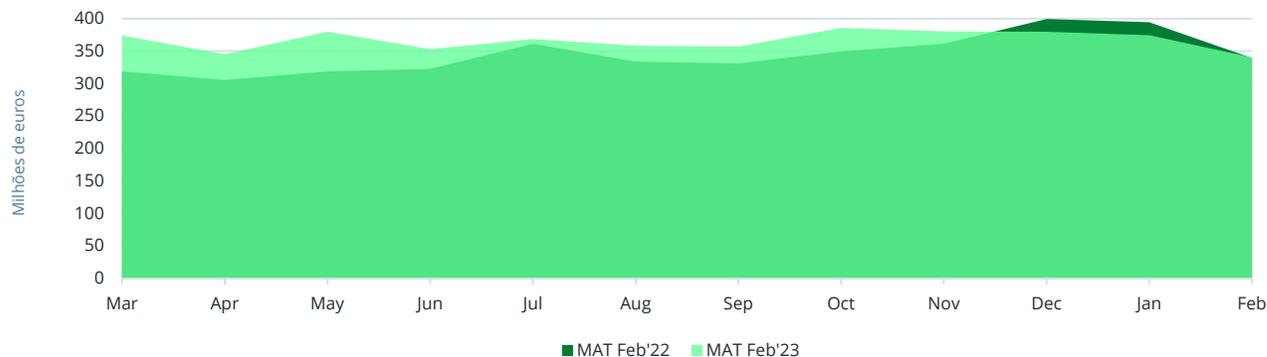
O subsegmento **Patient Care** apresenta um decréscimo, tanto em valor (-5,1%) como em volume (-34,0%), face ao período homólogo. Este comportamento deve-se, sobretudo, à diminuição de vendas associadas aos testes rápidos de antigénio (TRAg) utilizados na deteção do vírus SARS-CoV-2.

O comportamento do mercado, em YTD Fevereiro'23, apresenta assim uma tendência de variação negativa em valor e em volume, com uma variação de -2,6% e -7,9%, respetivamente.

Mercado Total

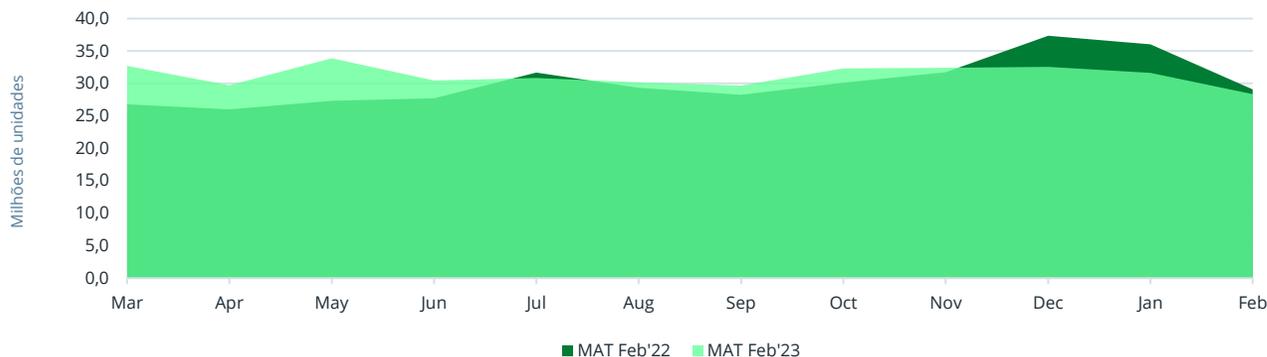
Evolução mensal em valor

Março 2022 – Fevereiro 2023



Evolução mensal em volume

Março 2022 – Fevereiro 2023



Regista-se uma variação face ao mês de Janeiro'23 de -9,2% e de -10,3% em valor e volume, respetivamente.

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

Em acumulado nos últimos 12 meses (MAT Fevereiro'23) o mercado apresenta uma variação em valor de +260,9 M€ (+6,3%) comparativamente com o período homólogo, e em volume de +13,3 M unidades (+3,7%).

Pharma Market



Maiores variações absolutas em valor | YTD Fevereiro 2023

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)	9,54	40,4%
2	17	R01A - Preparações nasais tópicas	3,47	60,2%
3	7	A10S - Agonista do GLP-1	3,45	24,9%
4	1	B01F - Inibidores directos do Factor Xa	3,38	11,2%
5	27	R05C - Expectorantes	3,35	98,9%

Maiores variações absolutas em unidades | YTD Fevereiro 2023

Classes ATC3

rank var abs	rank volume	ATC3	Var. Abs. M Unid	Var.
1	18	R05C - Expectorantes	0,36	92,8%
2	9	R06A - Anti-histamínicos sistémicos	0,34	39,4%
3	17	R05A - Preparações para constipações sem anti-infecciosos	0,32	74,1%
4	15	J01C - Penicilinas de largo espectro	0,32	64,8%
5	13	R01A - Preparações nasais tópicas	0,30	48,7%

Marcas

rank var abs	rank valor	Marca	Var. Abs. M€	Var.
1	3	Forxiga	2,50	39,4%
2	4	Trulicity	2,30	43,4%
3	6	Jardiance	1,71	34,7%
4	5	Xigduo	1,58	28,7%
5	1	Eliquis	1,56	11,9%

Marcas

rank var abs	rank volume	Marca	Var. Abs. M Unid	Var.
1	2	Brufen	0,10	19,1%
2	25	Amoxicilina/Ácido Clavulânico Generis	0,10	179,1%
3	14	Gripopal	0,10	91,7%
4	13	Fluimucil	0,10	76,9%
5	31	Antigrippine	0,09	144,9%

Em YTD Fevereiro'23 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 +9,5 M€ (+40,4%) face ao período homólogo. As marcas **Forxiga®**, **Jardiance®** e **Xigduo®** revelam-se importantes alavancas deste crescimento, com variações em valor de +2,5M€, 1,7M€ e +1,6 M€, respetivamente, que corresponde a uma variação positiva de +39,4%, 34,7% e +28,7% face ao período homólogo.

Destaca-se a classe "R01A - Preparações nasais tópicas", que ocupa a segunda posição quanto à variação de dispensas em valor deste segmento e apresenta um crescimento face ao período homólogo de +3,5 M€ que corresponde a um crescimento relativo de +60,2%.

No que respeita às dispensas em volume desde o início do ano, a classe ATC3, "R05C - Expectorantes" apresenta um crescimento absoluto em +0,36 M Unid face ao período homólogo e +92,8% em termos relativos.

O segundo lugar de variação absoluta em volume é ocupado pela classe "R06A - Anti-histamínicos sistémicos", com um crescimento absoluto de +0,34 M Unid face ao período homólogo (+39,4% em termos relativos).

No TOP 5 de marcas com maiores variações positivas nas dispensas, em volume, encontra-se na primeira posição o **Brufen®** com uma variação de +0,10 M Unid, que corresponde a uma variação de 19,1% em termos relativos.

Pharma Market | Generic



Maiores variações absolutas em valor | YTD Fevereiro 2023

DCIs

rank var abs	rank valor	DCI	Var. Abs. M€	Var.
1	4	Metformina + Sitagliptina	2,86	-
2	15	Metformina + Vildagliptina	1,83	-
3	44	Sitagliptina	0,85	-
4	1	Atorvastatina	0,83	13,4%
5	50	Bilastina	0,77	-

Marcas

rank var abs	rank valor	Marca	Var. Abs. M€	Var.
1	1	Metformina/Sitagliptina Mylan	1,31	-
2	11	Metformina/Sitagliptina Ratiopharm	0,63	-
3	4	Amoxicilina/Ácido Clavulânico Generis	0,62	184,8%
4	23	Metformina/Sitagliptina Teva	0,50	-
5	32	Metformina/Vildagliptina Generis	0,42	-

No TOP 5 de DCIs de medicamentos genéricos com crescimento absoluto em valor mais acentuado em YTD Fevereiro/2023 encontram-se a Metformina + Sitagliptina e Metformina + Vildagliptina, que neste período cresceram respetivamente +2,9 M€ e +1,8 M€ face ao período homólogo.

Destaque novamente para a **Metformina/Sitagliptina Mylan®** que apresenta um crescimento absoluto no mercado de +1,3 M€.

No TOP 5 de DCIs com maiores variações absolutas em volume encontra-se na primeira posição a Bilastina, com uma variação de 0,15 M Unid. Em segundo lugar no ranking de moléculas com maior variação absoluta em volume encontra-se também a Metformina + Sitagliptina, com +0,15 M Unid.

Maiores variações absolutas em unidades | YTD Fevereiro 2023

DCIs

rank var abs	rank volume	DCI	Var. Abs. M Unid	Var.
1	31	Bilastina	0,15	-
2	32	Metformina + Sitagliptina	0,15	-
3	1	Atorvastatina	0,14	13,2%
4	16	Azitromicina	0,13	112,1%
5	45	Metformina + Vildagliptina	0,11	-

Marcas

rank var abs	rank volume	Marca	Var. Abs. M Unid	Var.
1	7	Amoxicilina/Ácido Clavulânico Generis	0,10	179,1%
2	18	Zepacla	0,08	>1000,0%
3	2	Ibuprofeno Generis	0,07	43,1%
4	23	Metformina/Sitagliptina Mylan	0,07	-
5	30	Bilastina Farmoz	0,07	-

Consumer Health Market



Maiores variações absolutas em valor | YTD Fevereiro 2023

Classes HMR

rank var abs	rank valor	HMR3	Var. Abs. M€	Var.
1	3	H01.4.1. - Antigripais	3,48	85,4%
2	7	H01.1.1. - Expectorantes	3,12	97,5%
3	4	H01.2.1. - Inflamação Garganta	2,97	65,3%
4	12	H01.1.5. - Alívio da tosse seca e produtiva	2,27	106,1%
5	13	H01.3.2. - Descongestionante Nasal	1,61	58,8%

Marcas

rank var abs	rank valor	Marca	Var. Abs. M€	Var.
1	10	Griponal	1,09	102,0%
2	1	Freestyle	1,06	13,2%
3	11	Grintuss	0,97	91,8%
4	22	Antigrippine	0,94	183,7%
5	13	Fluimucil	0,84	81,5%

No TOP 5 de classes HMR3 do segmento Consumer Health com maior crescimento em valor em YTD Fevereiro'23 salientam-se as classes "H01.4.1. - Antigripais" e "H01.1.1. - Expectorantes" com um crescimento face ao período homólogo de +3,5 M€ (+85,4%) e +3,1 M€ (+97,5%), respectivamente.

As marcas com maior variação absoluta em YTD Fevereiro'23 encontram-se em classes como Expectorantes, Antigripais, Inflamação da Garganta, etc.

Maiores variações absolutas em unidades | YTD Fevereiro 2023

Classes HMR

rank var abs	rank volume	HMR3	Var. Abs. M Unid	Var.
1	4	H01.1.1. - Expectorantes	0,35	92,9%
2	3	H01.4.1. - Antigripais	0,34	74,4%
3	2	H01.2.1. - Inflamação Garganta	0,29	54,8%
4	7	H01.3.2. - Descongestionante Nasal	0,17	50,1%
5	10	H01.1.5. - Alívio da tosse seca e produtiva	0,16	94,9%

Marcas

rank var abs	rank volume	Marca	Var. Abs. M Unid	Var.
1	8	Griponal	0,10	91,7%
2	6	Fluimucil	0,10	77,2%
3	2	Brufen	0,09	37,1%
4	15	Antigrippine	0,09	144,9%
5	5	Streptfen	0,07	44,2%

Consumer Health Market | TOP3 Marcas (1/2)



OTCs em valor

YTD Fevereiro 2023

Rank var abs	Rank Valor	Marca	Var. Abs. €	Var.
1	5	Griponal	1 091 378	102,0%
2	10	Antigrippine	942 567	183,7%
3	6	Fluimucil	843 191	81,5%

Supplements em valor

YTD Fevereiro 2023

Rank var abs	Rank Valor	Marca	Var. Abs. €	Var.
1	1	Grintuss	968 657	91,8%
2	7	Atyflor	390 768	84,0%
3	11	Bisolnatural	270 880	76,0%

Personal Care em valor

YTD Fevereiro 2023

Rank var abs	Rank Valor	Marca	Var. Abs. €	Var.
1	1	Avène	549 041	28,6%
2	2	Uriage	504 735	28,2%
3	4	Isdin	485 042	29,6%

OTCs em unidades

YTD Fevereiro 2023

Rank var abs	Rank Volume	Marca	Var. Abs. Unid	Var.
1	6	Griponal	101 556	91,7%
2	5	Fluimucil	99 101	77,2%
3	2	Brufen	93 284	37,1%

Supplements em unidades

YTD Fevereiro 2023

Rank var abs	Rank Volume	Marca	Var. Abs. Unid	Var.
1	1	Grintuss	66 324	82,1%
2	5	Atyflor	24 844	80,5%
3	6	Bisolnatural	16 849	64,1%

Personal Care em unidades

YTD Fevereiro 2023

Rank var abs	Rank Volume	Marca	Var. Abs. Unid	Var.
1	6	Neutrogena	34 966	64,1%
2	1	Uriage	31 598	28,1%
3	2	Avène	27 687	24,8%

OTC

No TOP 3 marcas do segmento OTC com maiores variações absolutas em YTD Fevereiro'23 vs homólogo, o **Griponal**® apresenta em valor uma evolução positiva (crescimento de +102,0%, +1,1 M€) ocupando também a primeira posição no ranking do crescimento em unidades.

Segue-se o **Antigrippine**® com crescimento em valor de +183,7%, face ao período homólogo.

Destaca-se ainda o **Fluimucil**® com crescimento em valor de 81,5% e com uma dinâmica de crescimento em volume de 99.101 Unid, que lhe permite ocupar a terceira posição do TOP 3 de marcas com maior variação absoluta em valor e a segunda posição do TOP3 de marcas com maior variação absoluta em unidades (+77,2%).

SUPPLEMENTS

Dentro do TOP 3 de variação absoluta verifica-se o maior crescimento em valor e em volume da marca **Grintuss**® (+91,8% em valor e +82,1% em volume). A segunda posição de variação em valor e em volume é ocupada pelo **Atyflor**® (+84,0% em valor e +80,5% 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 aproximadamente +0,55 M€ (+28,6%) face ao período homólogo, seguindo-se a marca **Uriage**® com um crescimento de cerca de 0,50 M€ (+28,2%).

A marca **Neutrogena**® ocupa a primeira posição no TOP3 marcas com maiores variações absolutas em unidades, com um crescimento de +64,1%.

Consumer Health Market | TOP3 Marcas (2/2)

Patient Care em valor

YTD Fevereiro 2023

Rank var abs	Rank Valor	Marca	Var. Abs. €	Var.
1	1	Freestyle	1 064 216	13,2%
2	9	Rhinodouche	347 088	87,7%
3	21	Aerochamber	226 190	107,2%

Nutrition em valor

YTD Fevereiro 2023

Rank var abs	Rank Valor	Marca	Var. Abs. €	Var.
1	1	Nan	278 530	33,0%
2	5	PKU	214 252	72,5%
3	2	Aptamil	164 950	23,4%

Homeopathy em valor

YTD Fevereiro 2023

Rank var abs	Rank Valor	Marca	Var. Abs. €	Var.
1	4	Euphorbium Compositum S	1 329	82,2%
2	1	Boiron	954	2,6%
3	2	Lymphomyosot	900	9,3%

Patient Care em unidades

YTD Fevereiro 2023

Rank var abs	Rank Volume	Marca	Var. Abs. Unid	Var.
1	13	Ecotainer	35 912	155,3%
2	14	Soro Fisiológico Aliand	25 980	114,6%
3	3	Seringa Britos	16 490	8,8%

Nutrition em unidades

YTD Fevereiro 2023

Rank var abs	Rank Volume	Marca	Var. Abs. Unid	Var.
1	6	Nestlé	15 056	77,7%
2	1	Nan	8 526	16,2%
3	13	Gerber	6 021	-

Homeopathy em unidades

YTD Fevereiro 2023

Rank var abs	Rank Volume	Marca	Var. Abs. Unid	Var.
1	1	Boiron	222	2,8%
2	4	Euphorbium Compositum S	90	82,6%
3	5	Oculoheel	48	59,3%

PATIENT CARE

A marca **Freestyle**[®] regista a primeira posição (valor) com uma variação de +1,1 M€.

A marca **Ecotainer**[®] encontra-se na primeira posição (volume) apresentando uma variação de +0,04 M Unid.

NUTRITION

No TOP 3 das marcas com maiores variações absolutas em YTD Fevereiro'23, em valor, a marca **NAN**[®] apresenta a maior variação positiva em valor (+33,0%).

A marca **PKU**[®] ocupa agora a segunda posição do TOP 3 de marcas com maiores variações em valor em YTD Fevereiro'23 com +72,5% face ao homólogo (+214 252€), seguida da marca **Aptamil**[®] que apresenta uma variação de +23,4%.

HOMEOPATHY

As marcas identificadas com maiores variações positivas em YTD Fevereiro'23 são as seguintes: **Euphorbium Compositum S**[®] (+82,2% e +82,6%, em valor e volume), seguida da **Boiron**[®] (+2,6% e +2,8%, em valor e volume). A marca **Lymphomyosot**[®] ocupa a terceira posição no TOP 3 das marcas com maior variação absoluta em valor (9,3%) e a marca **Oculoheel**[®] ocupa a terceira posição no TOP 3 das marcas com maior variação absoluta em unidades (+59,3%).

FICHA TÉCNICA

MARKET WATCH PORTUGAL – Fevereiro 2023

Âmbito

Evolução mensal do Mercado de Farmácia em Portugal

Periodicidade

Mensal

Períodos Analisados

Meses - Fevereiro/22 a Fevereiro/23

Ano Móvel - MAT Fevereiro/22 e MAT Fevereiro/23

Year to date - YTD Fevereiro/22 e YTD Fevereiro/23

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 de Fevereiro teve por base um painel de 2.530 farmácias num total de 2.907 pertencentes ao Universo considerado no estudo HMR. Foram consideradas todas as farmácias do continente e ilhas com venda ao público. Cobertura numérica = 87% referente ao mês de Fevereiro.

- **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