

Market Watch Portugal

Março 2023

No mês de Março de 2023 o mercado farmacêutico registou uma variação de +3,4% no Sell Out em valor e -2,9% em unidades, face ao mesmo mês do ano anterior.

No segmento Pharma registou-se uma variação de +4,7% de Sell Out em valor, correspondendo a um acréscimo de +13,6 M€, enquanto que no segmento Consumer Healthcare a variação foi de +9,1% correspondendo a +9,8 M€.

Jorge Alves
Market Intelligence & Analytics
jorge.alves@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.

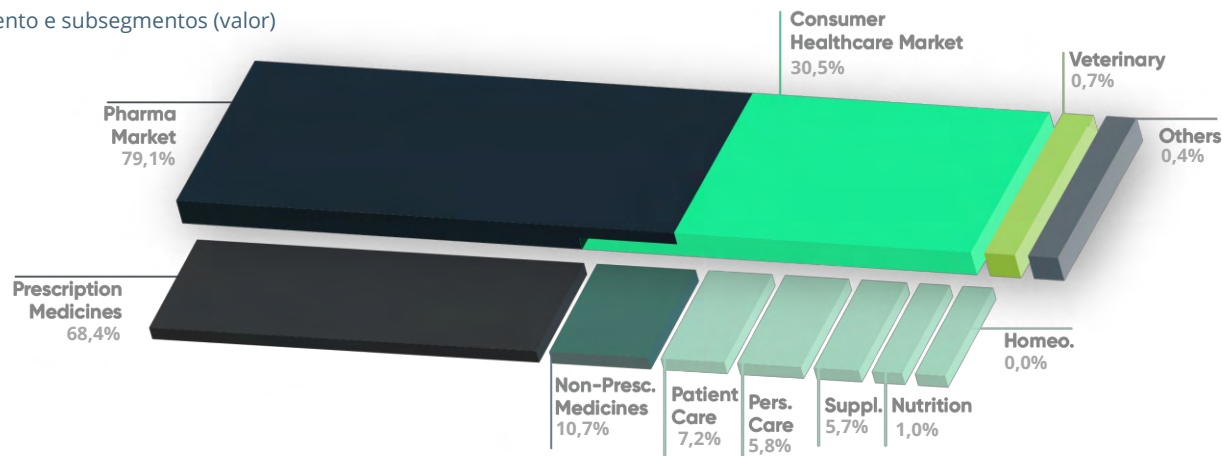


Mercado Total

Dinâmica do canal Farmácia

Março 2023

Peso por segmento e subsegmentos (valor)



No mês de Março de 2023 o mercado farmacêutico registou uma variação de +3,4% no Sell Out em valor e -2,9% em unidades, face ao mesmo mês do ano anterior.

No segmento **Pharma** registou-se uma variação de +4,7% de Sell Out em valor, correspondendo a um acréscimo de +13,6 M€. Em volume, a variação foi de +1,7%, representando +0,4 M unidades.

O segmento **Consumer Healthcare** apresentou, em valor, uma variação de +9,1% correspondendo a +9,8 M€ e em volume uma variação de -6,1%, representando -0,6 M unidades.

Destaques para o subsegmento **Veterinary** com uma variação de +23,9% em valor e +13,0% em volume.

Dinâmica do canal Farmácia

Por subsegmentos

	Março 2023						YTD Março 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	386,6	100,0%	3,4%	31,8	100,0%	-2,9%	1 101,4	100,0%	-0,5%	91,8	100,0%	-6,2%
Pharma Market	305,8	79,1%	4,7%	26,0	82,0%	1,7%	877,3	79,7%	7,9%	75,5	82,2%	6,1%
Consumer Healthcare	117,7	30,5%	9,1%	9,6	30,2%	-6,1%	337,1	30,6%	9,4%	28,2	30,7%	-10,7%
Prescription Medicines	264,5	68,4%	4,1%	21,7	68,4%	1,9%	753,2	68,4%	6,3%	62,4	68,0%	4,8%
Branded	196,5	50,8%	1,8%	12,7	40,1%	-1,4%	558,6	50,7%	3,8%	36,4	39,7%	0,9%
Generic	67,9	17,6%	11,2%	9,0	28,3%	6,9%	194,6	17,7%	14,0%	26,0	28,3%	10,7%
Non Prescription (OTC)	41,4	10,7%	8,7%	4,3	13,5%	1,1%	124,1	11,3%	19,2%	13,1	14,3%	12,9%
Branded	39,0	10,1%	8,0%	4,0	12,5%	0,8%	117,0	10,6%	18,3%	12,1	13,2%	12,3%
Generic	2,4	0,6%	22,4%	0,3	1,0%	5,0%	7,1	0,6%	36,2%	1,0	1,1%	20,6%
Homeopathy	0,1	0,0%	6,3%	0,0	0,0%	2,8%	0,2	0,0%	8,1%	0,0	0,0%	5,3%
Nutrition	3,9	1,0%	11,9%	0,2	0,8%	0,5%	11,0	1,0%	16,5%	0,7	0,7%	5,5%
Patient Care	27,8	7,2%	-1,7%	2,5	7,8%	-28,0%	79,0	7,2%	-13,2%	7,0	7,7%	-45,9%
Personal Care	22,4	5,8%	19,4%	1,4	4,4%	12,9%	59,8	5,4%	17,2%	3,9	4,3%	14,4%
Supplements	22,1	5,7%	15,1%	1,2	3,7%	11,9%	63,0	5,7%	20,1%	3,5	3,8%	19,9%
Others	1,7	0,4%	-82,0%	0,3	0,9%	-72,9%	4,8	0,4%	-94,4%	0,8	0,8%	-87,8%
Veterinary	2,6	0,7%	23,9%	0,2	0,5%	13,0%	6,4	0,6%	14,0%	0,4	0,4%	5,1%

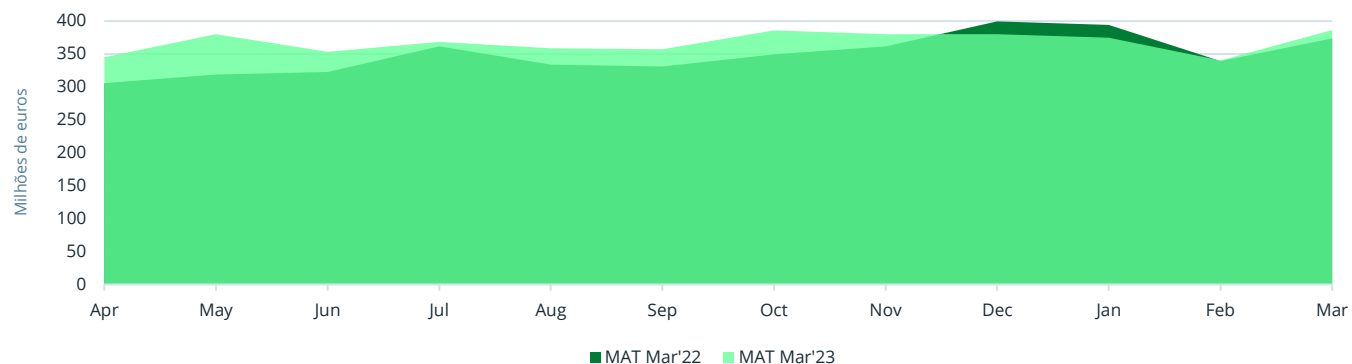
O subsegmento **Patient Care** apresenta um decréscimo, tanto em valor (-1,7%) como em volume (-28,0%), face ao período homólogo. Este comportamento deve-se, sobretudo, à diminuição de vendas associadas aos testes rápidos de antigénio (TRAg) utilizados na deteção do vírus SARS-CoV-2.

O comportamento do mercado, no YTD Março'23, apresenta uma tendência de variação negativa em valor e em volume, com uma variação de -0,5% e -6,2%, respetivamente.

Mercado Total

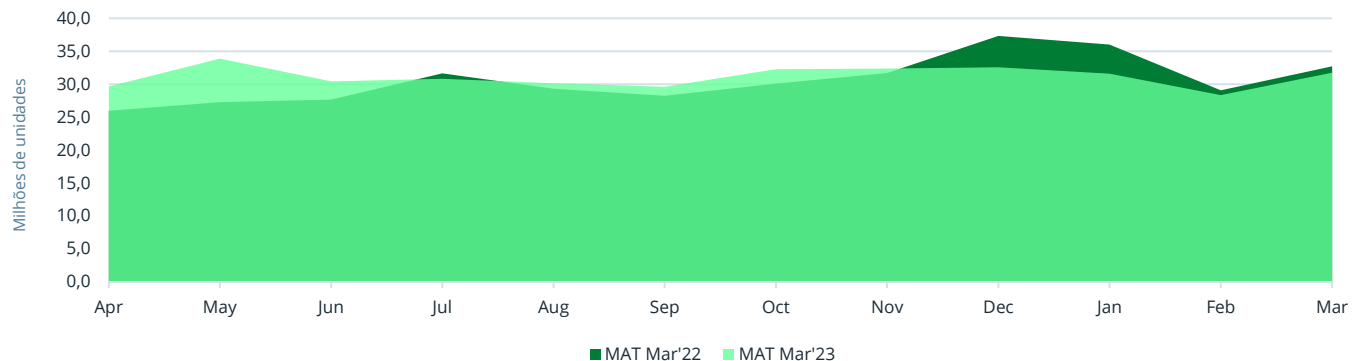
Evolução mensal em valor

Abril 2022 – Março 2023



Evolução mensal em volume

Abril 2022 – Março 2023



Regista-se uma variação face ao mês de Fevereiro'23 de +13,6% e de +12,0% em valor e volume, respetivamente.

Nos últimos 12 meses o mercado, em valor, tem sido superior aos meses do período homólogo com a exceção dos meses de Dezembro e Janeiro. Em volume, os últimos 4 meses analisados apresentam valores inferiores aos meses do período homólogo.

Em acumulado nos últimos 12 meses (MAT Março'23) o mercado apresenta uma variação em valor de +218,5 M€ (+5,2%) comparativamente com o período homólogo, e em volume de +6,4 M unidades (+1,7%).

Pharma Market



Maiores variações absolutas em valor | YTD Março 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)	14,38	38,6%
2		7	A10S - Agonista do GLP-1	,67	25,8%
3		1	B01F - Inibidores directos do Factor Xa	4,83	10,3%
4		17	R01A - Preparações nasais tópicas	4,48	47,3%
5		26	R05A - Preparações para constipações sem anti-infecciosos	4,08	70,2%

Maiores variações absolutas em unidades | YTD Março 2023

Classes ATC3

rank	var abs	rank volume	ATC3	Var. Abs. M Unid	Var.
1		19	R05C - Expectorantes	0,41	63,6%
2		9	R06A - Anti-histamínicos sistémicos	0,41	29,0%
3		15	J01C - Penicilinas de largo espectro	0,39	46,4%
4		21	R05A - Preparações para constipações sem anti-infecciosos	0,39	58,2%
5		13	R01A - Preparações nasais tópicas	0,36	36,6%

Marcas

rank	var abs	rank valor	Marca	Var. Abs. M€	Var.
1		3	Forxiga	3,75	37,6%
2		4	Trulicity	3,34	40,3%
3		6	Jardiance	2,59	33,5%
4		5	Xigduo	2,35	27,1%
5		1	Eliquis	2,27	11,2%

Marcas

rank	var abs	rank volume	Marca	Var. Abs. M Unid	Var.
1		19	Betamox	0,14	101,5%
2		12	Fluimucil	0,12	58,7%
3		18	Griponal	0,12	70,9%
4		36	Amoxicilina/Ácido Clavulânico Generis	0,12	121,5%
5		110	Metformina/Sitagliptina Mylan	0,12	-

Em YTD Março'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 +14,4 M€ (+38,6%) face ao período homólogo. As marcas **Forxiga®**, **Trulicity®** e **Jardiance®** revelam-se importantes alavancas deste crescimento, com variações em valor de +3,7M€, 3,3M€ e +2,6 M€, respetivamente, que corresponde a uma variação positiva de +37,6%, 40,3% e +33,5% face ao período homólogo.

Destaca-se a classe "R05A - Preparações para constipações sem anti-infecciosos", que ocupa a quinta posição quanto à variação absoluta de dispensas em valor deste segmento e apresenta um crescimento face ao período homólogo de +4,0 M€ que corresponde a um crescimento relativo de +70,2%.

No que respeita às dispensas em volume desde o início do ano, a classe ATC3, "R05C - Expectorantes" apresenta um crescimento absoluto de +0,41 M Unid face ao período homólogo (+63,6% em termos relativos).

O segundo lugar de variação absoluta em volume é ocupado pela classe "R06A - Anti-histamínicos sistémicos", com um crescimento absoluto de +0,41 M Unid face ao período homólogo (+29,0% em termos relativos).

No TOP 5 de marcas com maiores variações positivas nas dispensas, em volume, encontra-se na primeira posição o **Betamox®** com uma variação de +0,14 M Unid, que corresponde a uma variação de 101,5% em termos relativos.

Pharma Market | Generic

Maiores variações absolutas em valor | YTD Março 2023

DCIs

rank var abs	rank valor	DCI	Var. Abs. M€	Var.
1	4	Metformina + Sitagliptina	4,44	-
2	15	Metformina + Vildagliptina	2,87	-
3	43	Sitagliptina	1,33	-
4	1	Atorvastatina	1,28	13,4%
5	50	Bilastina	1,19	-

Maiores variações absolutas em unidades | YTD Março 2023

DCIs

rank var abs	rank volume	DCI	Var. Abs. M Unid	Var.
1	31	Metformina + Sitagliptina	0,24	-
2	32	Bilastina	0,23	-
3	1	Atorvastatina	0,21	12,7%
4	45	Metformina + Vildagliptina	0,18	-
5	17	Azitromicina	0,16	78,6%

Marcas

rank var abs	rank valor	Marca	Var. Abs. M€	Var.
1	1	Metformina/Sitagliptina Mylan	2,11	-
2	11	Metformina/Sitagliptina Ratiopharm	0,97	-
3	4	Amoxicilina/Ácido Clavulânico Generis	0,71	125,1%
4	29	Metformina/Vildagliptina Generis	0,69	-
5	33	Metformina/Sitagliptina Teva	0,62	-

Marcas

rank var abs	rank volume	Marca	Var. Abs. M Unid	Var.
1	8	Amoxicilina/Ácido Clavulânico Generis	0,12	121,5%
2	21	Metformina/Sitagliptina Mylan	0,12	-
3	23	Bilastina Farmoz	0,11	-
4	41	Zepacla	0,09	+1000,0%
5	2	Ibuprofeno Generis	0,08	28,5%

No TOP 5 de DCIs de medicamentos genéricos com crescimento absoluto em valor mais acentuado em YTD Março'23 encontram-se a Metformina + Sitagliptina e Metformina + Vildagliptina, que neste período cresceram respetivamente +4,4 M€ e +2,9 M€ face ao período homólogo.

Destaque novamente para a **Metformina/Sitagliptina Mylan®** que apresenta crescimento absoluto no mercado de +2,1 M€.

No TOP 5 de DCIs com maiores variações absolutas em volume encontra-se na primeira posição a Metformina + Sitagliptina, com uma variação de 0,24 M Unid. Em segundo lugar no ranking de moléculas com maior variação absoluta em volume encontra-se a Bilastina, com +0,23 M Unid.

Consumer Health Market



Maiores variações absolutas em valor | YTD Março 2023

Classes HMR

rank var abs	rank valor	HMR3	Var. Abs. M€	Var.
1	6	H01.4.1. - Antigripais	4,29	68,6%
2	8	H01.1.1. - Expectorantes	3,63	68,4%
3	5	H01.2.1. - Inflamação Garganta	3,35	45,9%
4	15	H01.1.5. - Alívio da tosse seca e produtiva	2,40	65,7%
5	2	H26.4.12. - Medição de glicose contínua	1,99	18,7%

Marcas

rank var abs	rank valor	Marca	Var. Abs. M€	Var.
1	1	Freestyle	1,56	12,4%
2	10	Griponal	1,33	79,8%
3	27	Antigrippine	1,18	149,9%
4	4	Avène	1,17	37,1%
5	14	Fluimucil	1,05	62,4%

No TOP 5 de classes HMR3 do segmento Consumer Health com maior crescimento em valor em YTD Março'23 salientam-se as classes "H01.4.1. - Antigripais" e "H01.1.1. - Expectorantes" com um crescimento face ao período homólogo de +4,3 M€ (+68,6%) e +3,6 M€ (+68,4%), respectivamente.

Entre as marcas com maior variação absoluta em YTD Março'23 destaque para o Antigrippine com um crescimento de +149,9% face ao período homólogo.

Maiores variações absolutas em unidades | YTD Março 2023

Classes HMR

rank var abs	rank volume	HMR3	Var. Abs. M Unid	Var.
1	3	H01.4.1. - Antigripais	0,40	58,3%
2	4	H01.1.1. - Expectorantes	0,40	64,2%
3	2	H01.2.1. - Inflamação Garganta	0,32	36,9%
4	7	H01.3.2. - Descongestionante Nasal	0,21	37,2%
5	11	H01.1.5. - Alívio da tosse seca e produtiva	0,16	57,5%

Marcas

rank var abs	rank volume	Marca	Var. Abs. M Unid	Var.
1	7	Fluimucil	0,12	58,9%
2	9	Griponal	0,12	70,9%
3	18	Antigrippine	0,11	114,3%
4	2	Brufen	0,09	22,7%
5	15	Cêgripe	0,09	70,2%

Consumer Health Market | TOP3 Marcas (1/2)

OTCs em valor

YTD Março 2023

Rank var abs	Rank Valor	Marca	Var. Abs. €	Var.
1	5	Griponal	1 334 543	79,8%
2	10	Antigrippine	1 183 668	149,9%
3	6	Fluimucil	1 053 529	62,4%

Supplements em valor

YTD Março 2023

Rank var abs	Rank Valor	Marca	Var. Abs. €	Var.
1	1	Grintuss	926 834	49,6%
2	7	Atyflor	533 384	67,3%
3	33	Bronchodual	275 639	169,6%

Personal Care em valor

YTD Março 2023

Rank var abs	Rank Valor	Marca	Var. Abs. €	Var.
1	1	Avène	1 146 375	36,8%
2	4	Isdin	868 569	33,4%
3	2	Uriage	722 175	25,1%

OTCs em unidades

YTD Março 2023

Rank var abs	Rank Volume	Marca	Var. Abs. Unid	Var.
1	5	Fluimucil	123 314	58,9%
2	6	Griponal	122 504	70,9%
3	10	Antigrippine	110 519	114,3%

Supplements em unidades

YTD Março 2023

Rank var abs	Rank Volume	Marca	Var. Abs. Unid	Var.
1	1	Grintuss	60 248	42,3%
2	5	Atyflor	33 764	64,5%
3	17	PanaTosse	20 225	103,1%

Personal Care em unidades

YTD Março 2023

Rank var abs	Rank Volume	Marca	Var. Abs. Unid	Var.
1	1	Avène	54 819	30,8%
2	2	Uriage	43 746	24,5%
3	7	Neutrogena	40 042	53,4%

OTC

No TOP 3 marcas do segmento OTC com maiores variações absolutas em YTD Março'23 vs homólogo, o **Griponal®** apresenta em valor uma evolução positiva (crescimento de +79,8%, +1,3 M€) ocupando também a segunda posição no ranking do crescimento absoluto em unidades.

Segue-se o **Antigrippine®** com crescimento em valor de +149,9%, face ao período homólogo.

Destaca-se ainda o **Fluimucil®** com crescimento em valor de 62,4% e com uma dinâmica de crescimento em volume de 123.314 Unid, que lhe permite ocupar a terceira posição do TOP 3 de marcas com maior variação absoluta em valor e a primeira posição do TOP3 de marcas com maior variação absoluta em unidades (+58,9%).

SUPPLEMENTS

Dentro do TOP 3 de variação absoluta verifica-se o maior crescimento em valor e em volume da marca **Grintuss®** (+49,6% em valor e +42,3% em volume). A segunda posição de variação em valor e em volume é ocupada pelo **Atyflor®** (+67,3% em valor e +64,5% 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 +1,15 M€ (+36,8%) face ao período homólogo, seguindo-se a marca **Isdin®** com um crescimento de cerca de 0,869 M€ (+33,4%).

A marca **Avène®** ocupa a primeira posição no TOP3 marcas com maiores variações absolutas em unidades, com um crescimento de +30,8%.

Consumer Health Market | TOP3 Marcas (2/2)



Patient Care em valor

YTD Março 2023

Rank var abs	Rank Valor	Marca	Var. Abs. €	Var.
1	1	Freestyle	1 558 072	12,4%
2	9	Rhinodouche	425 074	63,6%
3	24	Aerochamber	264 143	74,2%

Nutrition em valor

YTD Março 2023

Rank var abs	Rank Valor	Marca	Var. Abs. €	Var.
1	1	Nan	334 168	24,4%
2	5	PKU	260 645	49,6%
3	3	Fresubin	218 174	32,1%

Homeopathy em valor

YTD Março 2023

Rank var abs	Rank Valor	Marca	Var. Abs. €	Var.
1	2	Lymphomyosot	2 110	17,3%
2	4	Euphorbium Compositum S	1 465	84,5%
3	1	Boiron	1 449	3,4%

Patient Care em unidades

YTD Março 2023

Rank var abs	Rank Volume	Marca	Var. Abs. Unid	Var.
1	13	Ecotainer	50 879	140,5%
2	15	Soro Fisiológico Aliand	29 147	67,5%
3	2	Freestyle	16 179	4,9%

Nutrition em unidades

YTD Março 2023

Rank var abs	Rank Volume	Marca	Var. Abs. Unid	Var.
1	6	Nestlé	20 879	61,3%
2	5	Fresubin	10 914	22,6%
3	13	Gerber	9 556	-

Homeopathy em unidades

YTD Março 2023

Rank var abs	Rank Volume	Marca	Var. Abs. Unid	Var.
1	1	Boiron	223	2,3%
2	4	Euphorbium Compositum S	97	82,9%
3	5	Oculoheel	77	71,3%

PATIENT CARE

A marca **Freestyle**[®] regista a primeira posição (valor) com uma variação de +1,6 M€.

A marca **Ecotainer**[®] encontra-se na primeira posição (volume) apresentando uma variação de +0,05 M Unid.

NUTRITION

No TOP 3 das marcas com maiores variações absolutas em YTD Março'23, em valor, a marca **NAN**[®] apresenta a maior variação positiva em valor (+24,4%).

A marca **PKU**[®] ocupa agora a segunda posição do TOP 3 de marcas com maiores variações em valor em YTD Março'23 com +49,6% face ao homólogo (+260 645€), seguida da marca **Fresubin**[®] que apresenta uma variação de +32,1%.

HOMEOPATHY

As marcas identificadas com maiores variações positivas em YTD Março'23 são as seguintes: **Lymphomyosot**[®] (+17,3% em valor), seguida da **Euphorbium Compositum S**[®] (+84,5% e +82,9%, em valor e volume). A marca **Boiron**[®] ocupa a terceira posição no TOP 3 das marcas com maior variação absoluta em valor (+3,4%) e a marca **Oculoheel**[®] ocupa a terceira posição no TOP 3 das marcas com maior variação absoluta em unidades (+71,3%).

FICHA TÉCNICA

MARKET WATCH PORTUGAL – Março 2023

Âmbito

Evolução mensal do Mercado de Farmácia em Portugal

Periodicidade

Mensal

Períodos Analisados

Meses - Abril/22 a Março/23

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

Year to date - YTD Março /22 e YTD Março /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 Março 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 Março.

- **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