

# Market Watch Portugal

**Abril 2023**

No mês de Abril de 2023 o mercado farmacêutico registou uma variação de +2,3% no Sell Out em valor e -3,7% em unidades, face ao mesmo mês do ano anterior.

No segmento Pharma registou-se uma variação de +3,0% de Sell Out em valor, correspondendo a um acréscimo de +8,0 M€, enquanto que no segmento Consumer Healthcare a variação foi de +5,9% correspondendo a +6,0 M€.

Jorge Alves  
Market Intelligence & Analytics  
[jorge.alves@hmr.co.com](mailto:jorge.alves@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.**

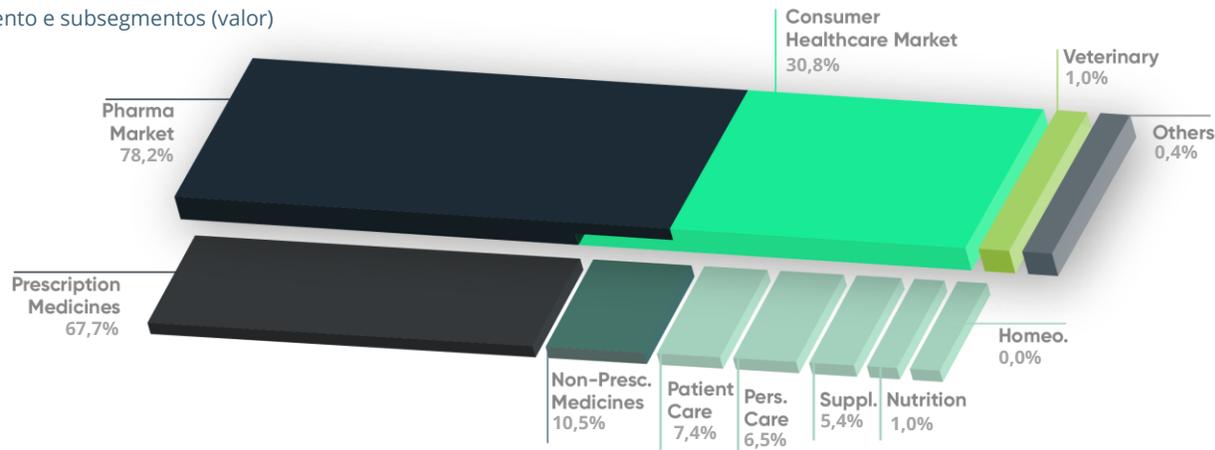


# Mercado Total

## Dinâmica do canal Farmácia

Abril 2023

Peso por segmento e subsegmentos (valor)



No mês de Abril de 2023 o mercado farmacêutico registou uma variação de +2,3% no Sell Out em valor e -3,7% em unidades, face ao mesmo mês do ano anterior.

No segmento **Pharma** registou-se uma variação de +3,0% de Sell Out em valor, correspondendo a um acréscimo de +8,0 M€. Em volume, a variação foi de -0,2%, representando -0,04 M unidades.

O segmento **Consumer Healthcare** apresentou, em valor, uma variação de +5,9% correspondendo a +6,0 M€ e em volume uma variação de -7,0%, representando -0,7 M unidades.

Destaques para o subsegmento **Veterinary Care** com uma variação de +32,8% em valor e +19,5% em volume.

## Dinâmica do canal Farmácia

Por subsegmentos

	Abril 2023						YTD 2023					
	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>353,3</b>	<b>100,0%</b>	<b>2,3%</b>	<b>28,6</b>	<b>100,0%</b>	<b>-3,7%</b>	<b>1 454,8</b>	<b>100,0%</b>	<b>0,1%</b>	<b>120,4</b>	<b>100,0%</b>	<b>-5,6%</b>
<b>Pharma Market</b>	<b>276,3</b>	<b>78,2%</b>	<b>3,0%</b>	<b>23,3</b>	<b>81,3%</b>	<b>-0,2%</b>	<b>1 153,6</b>	<b>79,3%</b>	<b>6,7%</b>	<b>98,7</b>	<b>82,0%</b>	<b>4,5%</b>
<b>Consumer Healthcare</b>	<b>108,9</b>	<b>30,8%</b>	<b>5,9%</b>	<b>8,7</b>	<b>30,4%</b>	<b>-7,0%</b>	<b>446,1</b>	<b>30,7%</b>	<b>8,5%</b>	<b>36,9</b>	<b>30,7%</b>	<b>-9,8%</b>
<b>Prescription Medicines</b>	239,4	67,7%	3,0%	19,5	68,1%	0,4%	992,5	68,2%	5,5%	81,8	68,0%	3,7%
Branded	177,9	50,4%	0,9%	11,4	39,8%	-2,7%	736,5	50,6%	3,1%	47,8	39,7%	0,0%
Generic	61,4	17,4%	9,4%	8,1	28,2%	5,1%	256,0	17,6%	12,8%	34,1	28,3%	9,3%
<b>Non Prescription (OTC)</b>	36,9	10,5%	3,0%	3,8	13,3%	-3,1%	161,1	11,1%	15,1%	16,9	14,0%	8,8%
Branded	34,8	9,8%	2,2%	3,5	12,2%	-4,2%	151,9	10,4%	14,2%	15,6	13,0%	8,1%
Generic	2,2	0,6%	17,8%	0,3	1,1%	10,9%	9,3	0,6%	31,3%	1,3	1,1%	18,2%
<b>Homeopathy</b>	0,1	0,0%	-4,3%	0,0	0,0%	-7,4%	0,3	0,0%	4,9%	0,0	0,0%	2,1%
<b>Nutrition</b>	3,7	1,0%	14,0%	0,2	0,8%	7,1%	14,6	1,0%	15,9%	0,9	0,8%	5,9%
<b>Patient Care</b>	26,0	7,4%	-0,1%	2,3	8,0%	-23,3%	105,1	7,2%	-10,3%	9,3	7,7%	-41,7%
<b>Personal Care</b>	23,0	6,5%	17,6%	1,4	4,8%	10,9%	82,8	5,7%	17,3%	5,3	4,4%	13,5%
<b>Supplements</b>	19,2	5,4%	6,2%	1,0	3,5%	0,8%	82,2	5,6%	16,6%	4,5	3,7%	15,0%
<b>Others</b>	1,5	0,4%	-79,6%	0,2	0,9%	-68,9%	6,3	0,4%	-93,2%	1,0	0,8%	-85,7%
<b>Veterinary</b>	3,5	1,0%	32,8%	0,2	0,7%	19,5%	9,9	0,7%	20,1%	0,6	0,5%	9,6%

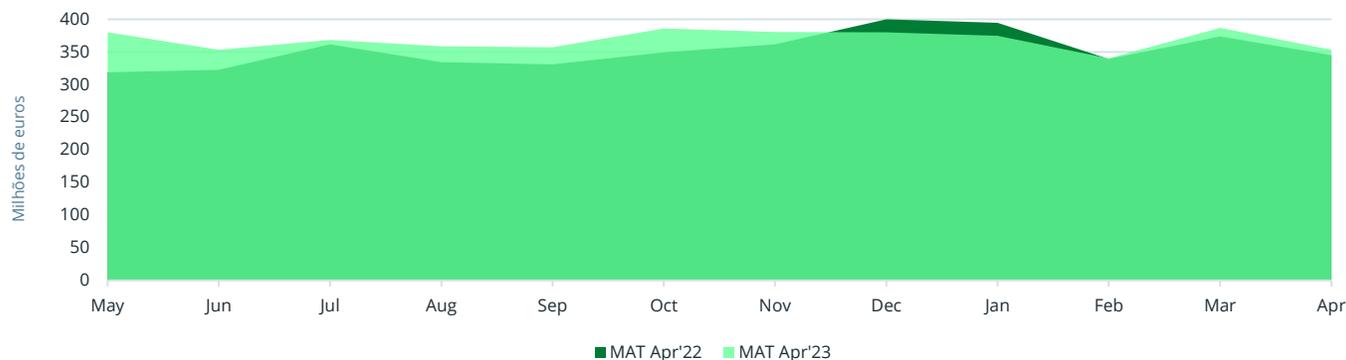
O subsegmento **Patient Care** apresenta um decréscimo, tanto em valor (-0,1%) como em volume (-23,3%), face ao período homólogo. Este comportamento deve-se, sobretudo, à diminuição de vendas associadas aos testes rápidos de antigénio (TRAg) utilizados na deteção do vírus SARS-CoV-2.

O comportamento do mercado, no YTD Abril'23, apresenta uma tendência de variação positiva em valor e negativa em volume, com uma variação de +0,1% e -5,6%, respetivamente.

# Mercado Total

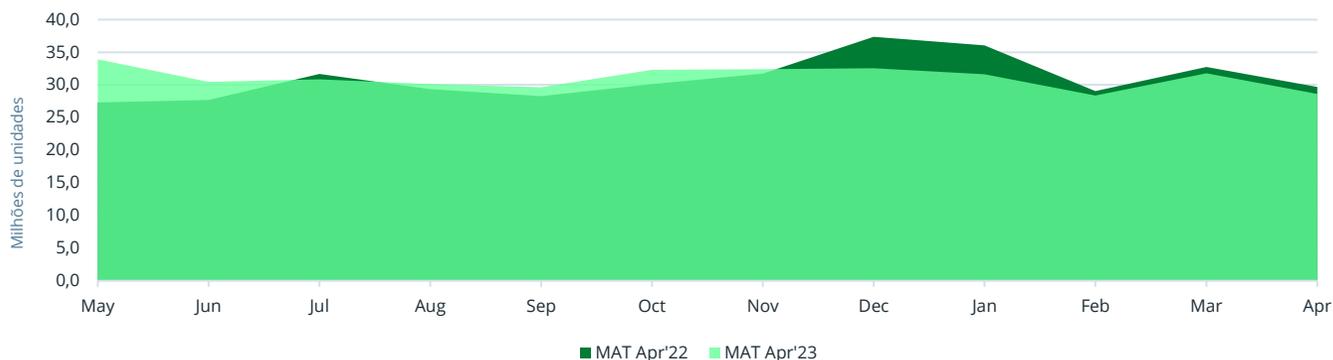
## Evolução mensal em valor

Maio 2022 – Abril 2023



## Evolução mensal em volume

Maio 2022 – Abril 2023



Regista-se uma variação face ao mês de Março'23 de -8,6% e de -10,0% 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 5 meses analisados apresentam valores inferiores aos meses do período homólogo.

Em acumulado nos últimos 12 meses (MAT Abril'23) o mercado apresenta uma variação em valor de +187,0 M€ (+4,4%) comparativamente com o período homólogo, e em volume de +1,6 M unidades (+0,4%).

# Pharma Market



## Maiores variações absolutas em valor | YTD Abril 2023

### Classes ATC3

rank var abs	rank valor	ATC3	Var. Abs. M€	Var.
1	1	A10P - Antidiabéticos inibidores do co-transportador de sódio e glucose 2 (SGLT2)	18,72	37,1%
2	7	A10S - Agonista do GLP-1	7,62	25,6%
3	2	B01F - Inibidores directos do Factor Xa	6,15	9,9%
4	17	R01A - Preparações nasais tópicas	5,12	39,5%
5	10	C10C - Associações entre reguladores de lípidos	4,59	21,0%

## Maiores variações absolutas em unidades | YTD Abril 2023

### Classes ATC3

rank var abs	rank volume	ATC3	Var. Abs. M Unid	Var.
1	8	R06A - Anti-histamínicos sistémicos	0,51	25,6%
2	15	J01C - Penicilinas de largo espectro	0,42	36,7%
3	17	A10P - Antidiabéticos inibidores do co-transportador de sódio e glucose 2 (SGLT2)	0,42	37,4%
4	14	R01A - Preparações nasais tópicas	0,39	28,7%
5	21	R05C - Expectorantes	0,38	43,3%

### Marcas

rank var abs	rank valor	Marca	Var. Abs. M€	Var.
1	3	Forxiga	4,89	36,4%
2	4	Trulicity	4,15	37,0%
3	6	Jardiance	3,34	32,2%
4	5	Xigduo	3,03	26,0%
5	1	Eliquis	2,89	10,7%

### Marcas

rank var abs	rank volume	Marca	Var. Abs. M Unid	Var.
1	19	Betamox	0,17	87,4%
2	111	Metformina/Sitagliptina Mylan	0,15	-
3	117	Bilastina Farmoz	0,15	-
4	44	Amoxicilina/Ácido Clavulânico Generis	0,13	91,2%
5	16	Fluimucil	0,12	43,8%

Em YTD Abr'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 +18,7 M€ (+37,1%) face ao período homólogo. As marcas **Forxiga®**, **Trulicity®** e **Jardiance®** revelam-se importantes alavancas deste crescimento, com variações em valor de +4,9M€, +4,2M€ e +3,3 M€, respetivamente, que corresponde a uma variação positiva de +36,4%, 37,0% e +32,2% face ao período homólogo.

Destaca-se a classe "R01A - Preparações nasais Tópicas", que ocupa a quarta posição quanto à variação absoluta de dispensas em valor deste segmento e apresenta um crescimento face ao período homólogo de +5,1 M€ que corresponde a um crescimento relativo de +39,5%.

No que respeita às dispensas em volume desde o início do ano, a classe ATC3, "R06A - Anti-histamínicos sistémicos" apresenta um crescimento absoluto de +0,51 M Unid face ao período homólogo (+25,6% em termos relativos).

O segundo lugar de variação absoluta em volume é ocupado pela classe "J01C - Penicilinas de largo espectro", com um crescimento absoluto de +0,42 M Unid face ao período homólogo (+36,7% 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 +0,17 M Unid, que corresponde a uma variação de 87,4% em termos relativos.

# Pharma Market | Generic

## Maiores variações absolutas em valor | YTD Abril 2023

### DCIs

rank var abs	rank valor	DCI	Var. Abs. M€	Var.
1	4	Metformina + Sitagliptina	5,83	-
2	14	Metformina + Vildagliptina	3,85	-
3	42	Sitagliptina	1,77	-
4	1	Atorvastatina	1,69	13,3%
5	49	Bilastina	1,60	-

## Maiores variações absolutas em unidades | YTD Abril 2023

### DCIs

rank var abs	rank volume	DCI	Var. Abs. M Unid	Var.
1	31	Metformina + Sitagliptina	0,31	-
2	32	Bilastina	0,31	-
3	1	Atorvastatina	0,27	12,0%
4	44	Metformina + Vildagliptina	0,24	-
5	19	Azitromicina	0,16	58,3%

### Marcas

rank var abs	rank valor	Marca	Var. Abs. M€	Var.
1	1	Metformina/Sitagliptina Mylan	2,74	-
2	11	Metformina/Sitagliptina Ratiopharm	1,24	-
3	26	Metformina/Vildagliptina Generis	0,94	-
4	33	Rivastigmina Teva	0,82	-
5	42	Metformina/Sitagliptina Teva	0,76	-

### Marcas

rank var abs	rank volume	Marca	Var. Abs. M Unid	Var.
1	21	Metformina/Sitagliptina Mylan	0,15	-
2	22	Bilastina Farnoz	0,15	-
3	8	Amoxicilina/Ácido Clavulânico Generis	0,13	91,2%
4	2	Ibuprofeno Generis	0,10	25,9%
5	9	Bisoprolol Krka	0,10	59,8%

No TOP 5 de DCIs de medicamentos genéricos com crescimento absoluto em valor mais acentuado em YTD Abril'23 encontram-se a Metformina + Sitagliptina e Metformina + Vildagliptina, que neste período cresceram respetivamente +5,8 M€ e +3,9 M€ face ao período homólogo.

Destaque novamente para a **Metformina/Sitagliptina Mylan®** que apresenta crescimento absoluto no mercado de +2,7 M€.

No TOP 5 de DCIs com maiores variações absolutas em volume encontra-se na primeira posição a Metformina + Sitagliptina, com uma variação de 0,31 M Unid. Em segundo lugar no ranking de moléculas com maior variação absoluta em volume encontra-se a Bilastina, com +0,31 M Unid.

# Consumer Health Market



## Maiores variações absolutas em valor | YTD Abril 2023

### Classes HMR

rank var abs	rank valor	HMR3	Var. Abs. M€	Var.
1	7	H01.4.1. - Antigripais	4,22	51,5%
2	9	H01.1.1. - Expectorantes	3,49	48,2%
3	14	H17.9.3. - Protector solar adulto	3,34	70,3%
4	5	H01.2.1. - Inflamação Garganta	3,04	30,7%
5	2	H26.4.12. - Medição de glicose contínua	2,68	18,8%

### Marcas

rank var abs	rank valor	Marca	Var. Abs. M€	Var.
1	1	Freestyle	2,12	12,7%
2	5	Isdin	1,58	36,8%
3	4	Avène	1,51	32,2%
4	13	Griponal	1,27	58,1%
5	31	Antigrippine	1,22	117,2%

No TOP 5 de classes HMR3 do segmento Consumer Health com maior crescimento em valor em YTD Abril'23 salientam-se as classes "H01.4.1. - Antigripais" e "H01.1.1. - Expectorantes" com um crescimento face ao período homólogo de +4,2 M€ (+51,5%) e +3,5 M€ (+48,2%), respectivamente.

Entre as marcas com maior variação absoluta em YTD Abril'23 destaque para o Antigrippine com um crescimento de +117,2% face ao período homólogo.

## Maiores variações absolutas em unidades | YTD Abril 2023

### Classes HMR

rank var abs	rank volume	HMR3	Var. Abs. M Unid	Var.
1	3	H01.4.1. - Antigripais	0,38	42,2%
2	5	H01.1.1. - Expectorantes	0,38	44,3%
3	2	H01.2.1. - Inflamação Garganta	0,26	22,9%
4	7	H01.3.2. - Descongestionante Nasal	0,21	27,5%
5	14	H01.1.5. - Alívio da tosse seca e produtiva	0,14	36,9%

### Marcas

rank var abs	rank volume	Marca	Var. Abs. M Unid	Var.
1	7	Fluimucil	0,12	44,0%
2	9	Griponal	0,11	50,3%
3	22	Antigrippine	0,11	85,6%
4	19	Cêgripe	0,09	50,5%
5	2	Brufen	0,08	14,7%

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

## OTCs em valor

YTD Abril 2023

Rank var abs	Rank Valor	Marca	Var. Abs. €	Var.
1	5	Griponal	1 268 320	58,1%
2	10	Antigrippine	1 221 734	117,2%
3	6	Fluimucil	1 064 880	46,9%

## Supplements em valor

YTD Abril 2023

Rank var abs	Rank Valor	Marca	Var. Abs. €	Var.
1	3	Grintuss	703 069	27,2%
2	7	Atyflor	592 048	52,9%
3	1	Centrum	375 517	11,5%

## Personal Care em valor

YTD Abril 2023

Rank var abs	Rank Valor	Marca	Var. Abs. €	Var.
1	1	Avène	1 488 725	32,1%
2	2	Isdin	1 377 852	35,0%
3	4	Uriage	1 007 618	25,2%

## OTCs em unidades

YTD Abril 2023

Rank var abs	Rank Volume	Marca	Var. Abs. Unid	Var.
1	4	Fluimucil	123 746	44,0%
2	6	Griponal	113 354	50,3%
3	10	Antigrippine	109 005	85,6%

## Supplements em unidades

YTD Abril 2023

Rank var abs	Rank Volume	Marca	Var. Abs. Unid	Var.
1	1	Grintuss	41 550	21,2%
2	5	Atyflor	37 264	50,5%
3	18	PanaTosse	22 202	86,7%

## Personal Care em unidades

YTD Abril 2023

Rank var abs	Rank Volume	Marca	Var. Abs. Unid	Var.
1	1	Avène	70 222	26,9%
2	2	Uriage	59 333	23,9%
3	4	Isdin	55 595	28,2%

## OTC

No TOP 3 marcas do segmento OTC com maiores variações absolutas em YTD Abril'23 vs homólogo, o **Griponal®** apresenta em valor uma evolução positiva (crescimento de +58,1%, +1,3 M€) ocupando também a segunda posição no ranking do crescimento absoluto em unidades.

Segue-se o **Antigrippine®** com crescimento em valor de +117,2%, face ao período homólogo.

Destaca-se ainda o **Fluimucil®** com crescimento em valor de 46,9% e com uma dinâmica de crescimento em volume de +123.746 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 (+44,0%).

## SUPPLEMENTS

Dentro do TOP 3 de variação absoluta verifica-se o maior crescimento em valor e em volume da marca **Grintuss®** (+27,2% em valor e +21,2% em volume). A segunda posição de variação em valor e em volume é ocupada pelo **Atyflor®** (+52,9% em valor e +50,5% 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 +1,49 M€ (+32,1%) face ao período homólogo, seguindo-se a marca **Isdin®** com um crescimento de cerca de 1,38 M€ (+35,0%).

A marca **Avène®** ocupa a primeira posição no TOP3 marcas com maiores variações absolutas em unidades, com um crescimento de +26,9%.

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



## Patient Care em valor

YTD Abril 2023

Rank var abs	Rank Valor	Marca	Var. Abs. €	Var.
1	1	Freestyle	2 124 678	12,7%
2	9	Rhinodouche	448 708	48,8%
3	29	Aerochamber	266 745	55,7%

## Nutrition em valor

YTD Abril 2023

Rank var abs	Rank Valor	Marca	Var. Abs. €	Var.
1	1	Nan	400 467	21,9%
2	5	PKU	290 316	38,7%
3	3	Fresubin	286 449	31,0%

## Homeopathy em valor

YTD Abril 2023

Rank var abs	Rank Valor	Marca	Var. Abs. €	Var.
1	4	Oculoheel	1 327	85,9%
2	5	Euphorbium Compositum S	865	55,5%
3	8	Vertigoheel	647	89,0%

## Patient Care em unidades

YTD Abril 2023

Rank var abs	Rank Volume	Marca	Var. Abs. Unid	Var.
1	13	Ecotainer	62 378	125,8%
2	16	Soro Fisiológico Aliand	29 028	49,4%
3	2	Freestyle	22 277	5,1%

## Nutrition em unidades

YTD Abril 2023

Rank var abs	Rank Volume	Marca	Var. Abs. Unid	Var.
1	6	Nestlé	30 009	64,3%
2	5	Fresubin	14 303	21,9%
3	13	Gerber	12 998	>1000%

## Homeopathy em unidades

YTD Abril 2023

Rank var abs	Rank Volume	Marca	Var. Abs. Unid	Var.
1	4	Oculoheel	91	83,5%
2	5	Euphorbium Compositum S	59	56,2%
3	2	Dr. Reckeweg	43	10,8%

## PATIENT CARE

A marca **Freestyle**<sup>®</sup> regista a primeira posição (valor) com uma variação de +2,1 M€.

A marca **Ecotainer**<sup>®</sup> encontra-se na primeira posição (volume) apresentando uma variação de +0,06 M Unid.

## NUTRITION

No TOP 3 das marcas com maiores variações absolutas em YTD Abril'23, em valor, a marca **NAN**<sup>®</sup> apresenta a maior variação positiva em valor (+21,9%).

A marca **PKU**<sup>®</sup> ocupa agora a segunda posição do TOP 3 de marcas com maiores variações em valor em YTD Abril'23 com +38,7% face ao homólogo (+290.316€), seguida da marca **Fresubin**<sup>®</sup> que apresenta uma variação de +31,0%.

## HOMEOPATHY

As marcas identificadas com maiores variações positivas em YTD Abril'23 são as seguintes: **Oculoheel**<sup>®</sup> (+85,9% em valor), seguida da **Euphorbium Compositum S**<sup>®</sup> (+55,5% e +56,2%, em valor e volume). A marca **Vertigoheel**<sup>®</sup> ocupa a terceira posição no TOP 3 das marcas com maior variação absoluta em valor (+89,0%) e a marca **Dr. Reckeweg**<sup>®</sup> ocupa a terceira posição no TOP 3 das marcas com maior variação absoluta em unidades (+10,8%).

### Âmbito

Evolução mensal do Mercado de Farmácia em Portugal

### Periodicidade

Mensal

### Períodos Analisados

Meses - Maio/22 a Abril/23

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

Year to date - YTD Abril /22 e YTD abril /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