

# Market Watch Portugal

**Maio 2023**

No mês de Maio de 2023 o mercado farmacêutico registou uma variação de +4,4% no Sell Out em valor e -6,0% em unidades, face ao mesmo mês do ano anterior.

No segmento Pharma registou-se uma variação de +6,4% de Sell Out em valor, correspondendo a um acréscimo de +18,6 M€, enquanto que no segmento Consumer Healthcare a variação foi de +1,2% correspondendo a +1,5 M€.

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

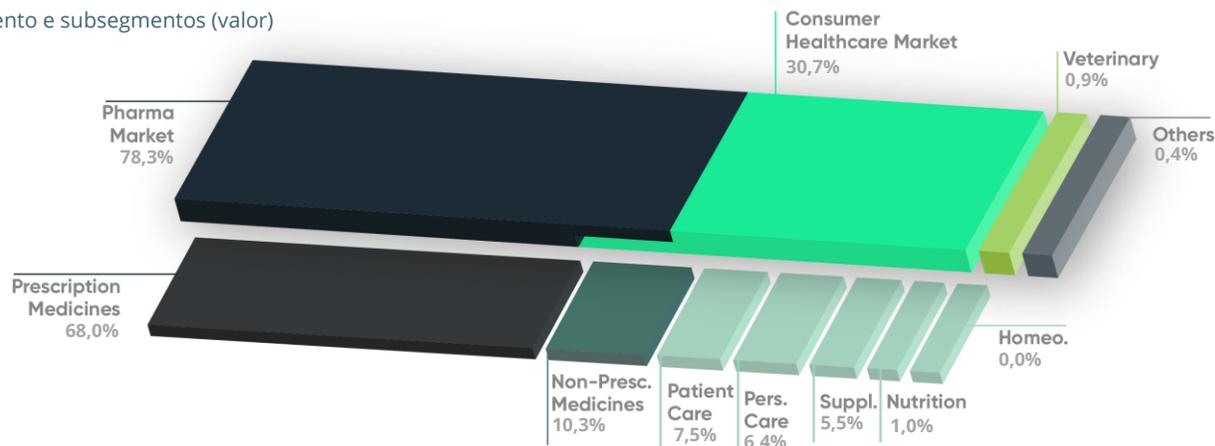
**Because we believe that the power of knowledge grows when it is shared. And can change lives.**



# Mercado Total

## Dinâmica do canal Farmácia

Maio 2023  
Peso por segmento e subsegmentos (valor)



No mês de Maio de 2023 o mercado farmacêutico registou uma variação de +4,4% no Sell Out em valor e -6,0% em unidades, face ao mesmo mês do ano anterior.

No segmento **Pharma** registou-se uma variação de +6,4% de Sell Out em valor, correspondendo a um acréscimo de +18,6 M€. Em volume, a variação foi de +1,2%, representando +0,3 M unidades.

O segmento **Consumer Healthcare** apresentou, em valor, uma variação de +1,2% correspondendo a +1,5 M€ e em volume uma variação de -19,9%, representando -2,4 M unidades.

Destaques para o subsegmento **Nutrition** com uma variação de +13,5% em valor e +6,1% em volume.

## Dinâmica do canal Farmácia

Por subsegmentos

	Maio 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>396,8</b>	<b>100,0%</b>	<b>4,4%</b>	<b>31,9</b>	<b>100,0%</b>	<b>-6,0%</b>	<b>1 851,6</b>	<b>100,0%</b>	<b>1,0%</b>	<b>152,2</b>	<b>100,0%</b>	<b>-5,7%</b>
<b>Pharma Market</b>	<b>310,9</b>	<b>78,3%</b>	<b>6,4%</b>	<b>25,9</b>	<b>81,3%</b>	<b>1,2%</b>	<b>1 464,5</b>	<b>79,1%</b>	<b>6,6%</b>	<b>124,6</b>	<b>81,9%</b>	<b>3,8%</b>
<b>Consumer Healthcare</b>	<b>121,9</b>	<b>30,7%</b>	<b>1,2%</b>	<b>9,6</b>	<b>30,3%</b>	<b>-19,9%</b>	<b>568,0</b>	<b>30,7%</b>	<b>6,9%</b>	<b>46,6</b>	<b>30,6%</b>	<b>-12,1%</b>
<b>Prescription Medicines</b>	269,8	68,0%	7,5%	21,8	68,3%	3,1%	1 262,3	68,2%	5,9%	103,6	68,1%	3,6%
Branded	200,4	50,5%	5,0%	12,7	39,9%	-0,8%	936,8	50,6%	3,5%	60,5	39,8%	-0,1%
Generic	69,5	17,5%	15,7%	9,0	28,3%	9,2%	325,5	17,6%	13,4%	43,1	28,3%	9,3%
<b>Non Prescription (OTC)</b>	41,0	10,3%	-0,8%	4,1	13,0%	-8,2%	202,2	10,9%	11,4%	21,0	13,8%	5,0%
Branded	38,6	9,7%	-1,3%	3,8	12,0%	-8,8%	190,5	10,3%	10,7%	19,4	12,7%	4,3%
Generic	2,4	0,6%	7,3%	0,3	1,1%	-1,2%	11,7	0,6%	25,5%	1,6	1,1%	13,6%
<b>Homeopathy</b>	0,1	0,0%	3,2%	0,0	0,0%	-0,1%	0,4	0,0%	4,5%	0,1	0,0%	1,6%
<b>Nutrition</b>	3,8	1,0%	13,5%	0,3	0,8%	6,1%	18,5	1,0%	15,4%	1,2	0,8%	6,0%
<b>Patient Care</b>	29,6	7,5%	-8,3%	2,6	8,1%	-45,3%	134,7	7,3%	-9,8%	11,9	7,8%	-42,5%
<b>Personal Care</b>	25,4	6,4%	9,9%	1,5	4,8%	5,9%	108,2	5,8%	15,5%	6,8	4,5%	11,7%
<b>Supplements</b>	21,9	5,5%	8,8%	1,1	3,5%	2,4%	104,0	5,6%	14,9%	5,6	3,7%	12,3%
<b>Others</b>	1,7	0,4%	-69,1%	0,3	0,8%	-51,9%	8,0	0,4%	-91,8%	1,3	0,8%	-83,3%
<b>Veterinary</b>	3,4	0,9%	4,4%	0,2	0,6%	-2,7%	13,3	0,7%	15,7%	0,8	0,5%	6,3%

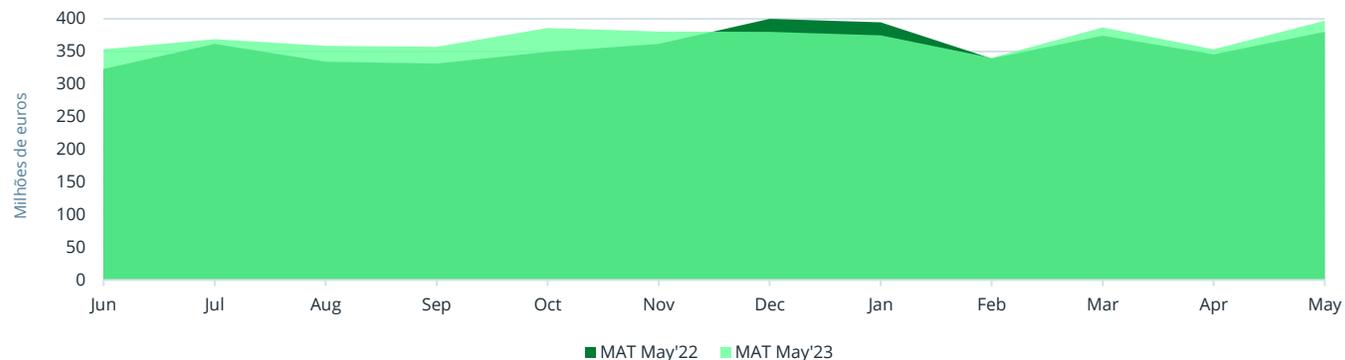
O subsegmento **Patient Care** apresenta um decréscimo, tanto em valor (-8,3%) como em volume (-45,3%), face ao período homólogo. Este comportamento deve-se, sobretudo, à diminuição de vendas associadas aos testes rápidos de antigénio (TRAg) utilizados na deteção do vírus SARS-CoV-2.

O comportamento do mercado, no YTD Maio'23, apresenta uma tendência de variação positiva em valor e negativa em volume, com uma variação de +1,0% e -5,7%, respetivamente.

# Mercado Total

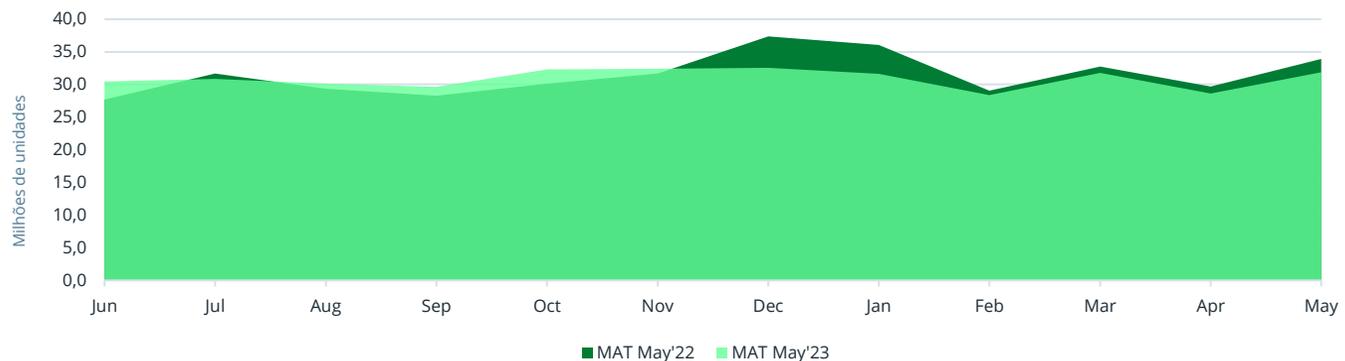
## Evolução mensal em valor

Junho 2022 – Maio 2023



## Evolução mensal em volume

Junho 2022 – Maio 2023



Regista-se uma variação face ao mês de Abril'23 de +12,3% e de +11,4% 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 6 meses analisados apresentam valores inferiores aos meses do período homólogo.

Em acumulado nos últimos 12 meses (MAT Maio'23) o mercado apresenta uma variação em valor de +142,4 M€ (+3,3%) comparativamente com o período homólogo, e em volume de -7,0 M unidades (-1,8%).

# Pharma Market



## Maiores variações absolutas em valor | YTD Maio 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)	24,24	37,4%
2	7	A10S - Agonista do GLP-1	10,02	25,8%
3	2	B01F - Inibidores directos do Factor Xa	8,39	10,6%
4	10	C10C - Associações entre reguladores de lípidos	5,94	21,4%
5	20	R03L - Associações de anticolinérgicos e agonistas-B2	5,22	31,8%

## Maiores variações absolutas em unidades | YTD Maio 2023

### Classes ATC3

rank var abs	rank volume	ATC3	Var. Abs. M Unid	Var.
1	15	A10P - Antidiabéticos inibidores do co-transportador de sódio e glucose 2 (SGLT2)	0,54	37,5%
2	2	C10A - Reguladores do colesterol e triglicérideos	0,47	7,5%
3	18	J01C - Penicilinas de largo espectro	0,47	32,0%
4	8	R06A - Anti-histamínicos sistémicos	0,45	16,0%
5	3	N06A - Antidepressivos e estabilizadores do humor	0,40	7,7%

### Marcas

rank var abs	rank valor	Marca	Var. Abs. M€	Var.
1	3	Forxiga	6,33	36,8%
2	4	Trulicity	4,91	34,0%
3	6	Jardiance	4,36	32,8%
4	5	Xigduo	3,88	25,9%
5	1	Eliquis	3,84	11,3%

### Marcas

rank var abs	rank volume	Marca	Var. Abs. M Unid	Var.
1	19	Betamox	0,20	77,2%
2	116	Bilastina Farmoz	0,19	-
3	122	Metformina/Sitagliptina Mylan	0,18	-
4	12	Forxiga	0,15	36,8%
5	39	Bisoprolol Krka	0,14	67,0%

Em YTD Maio'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 +24,2 M€ (+37,4%) face ao período homólogo. As marcas **Forxiga®**, **Trulicity®** e **Jardiance®** revelam-se importantes alavancas deste crescimento, com variações em valor de +6,3M€, +5,0M€ e +4,4 M€, respetivamente, que corresponde a uma variação positiva de +36,8%, 34,0% e +32,8% face ao período homólogo.

No que respeita às dispensas em volume desde o início do ano, a classe ATC3, "A10P - Antidiabéticos inibidores do co-transportador de sódio e glucose 2 (SGLT2)" apresenta um crescimento absoluto de +0,54 M Unid face ao período homólogo (+37,5% em termos relativos).

O segundo lugar de variação absoluta em volume é ocupado pela classe "C10A - Reguladores do colesterol e triglicérideos", com um crescimento absoluto de +0,47 M Unid face ao período homólogo (+7,5% 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 +0,20 M Unid, que corresponde a uma variação de 77,2% em termos relativos.

# Pharma Market | Generic



## Maiores variações absolutas em valor | YTD Maio 2023

### DCIs

rank var abs	rank valor	DCI	Var. Abs. M€	Var.
1	4	Metformina + Sitagliptina	7,35	-
2	14	Metformina + Vildagliptina	4,94	-
3	1	Atorvastatina	2,32	14,4%
4	42	Sitagliptina	2,27	-
5	47	Bilastina	2,07	-

## Maiores variações absolutas em unidades | YTD Maio 2023

### DCIs

rank var abs	rank volume	DCI	Var. Abs. M Unid	Var.
1	31	Bilastina	0,40	-
2	32	Metformina + Sitagliptina	0,40	-
3	1	Atorvastatina	0,36	12,7%
4	43	Metformina + Vildagliptina	0,31	-
5	9	Rosuvastatina	0,18	22,0%

### Marcas

rank var abs	rank valor	Marca	Var. Abs. M€	Var.
1	1	Metformina/Sitagliptina Mylan	3,15	-
2	16	Metformina/Sitagliptina Ratiopharm	1,44	-
3	25	Metformina/Vildagliptina Generis	1,21	-
4	34	Rivastigmina Teva	1,05	-
5	43	Bilastina Farmoz	0,93	-

### Marcas

rank var abs	rank volume	Marca	Var. Abs. M Unid	Var.
1	21	Bilastina Farmoz	0,19	-
2	22	Metformina/Sitagliptina Mylan	0,18	-
3	8	Bisoprolol Krka	0,14	67,0%
4	9	Amoxicilina/Ácido Clavulânico Generis	0,13	72,0%
5	2	Ibuprofeno Generis	0,11	21,9%

No TOP 5 de DCIs de medicamentos genéricos com crescimento absoluto em valor mais acentuado em YTD Maio'23 encontram-se a Metformina + Sitagliptina e Metformina + Vildagliptina, que neste período cresceram respetivamente +7,4 M€ e +5,0 M€ face ao período homólogo.

Destaque novamente para a **Metformina/Sitagliptina Mylan®** que apresenta crescimento absoluto no mercado de +3,2 M€.

No TOP 5 de DCIs com maiores variações absolutas em volume encontra-se na primeira posição a Bilastina, com uma variação de 0,40 M Unid. Em segundo lugar no ranking de moléculas com maior variação absoluta em volume encontra-se a Metformina + Sitagliptina, com +0,40 M Unid.

# Consumer Health Market



## Maiores variações absolutas em valor | YTD Maio 2023

### Classes HMR

rank var abs	rank valor	HMR3	Var. Abs. M€	Var.
1	8	H01.4.1. - Antigripais	4,12	40,6%
2	2	H26.4.12. - Medição de glicose contínua	3,48	19,1%
3	11	H17.9.3. - Protector solar adulto	3,13	35,0%
4	10	H01.1.1. - Expectorantes	2,92	31,1%
5	6	H01.2.1. - Inflamação Garganta	2,39	18,2%

## Maiores variações absolutas em unidades | YTD Maio 2023

### Classes HMR

rank var abs	rank volume	HMR3	Var. Abs. M Unid	Var.
1	5	H01.4.1. - Antigripais	0,36	32,0%
2	6	H01.1.1. - Expectorantes	0,30	27,5%
3	7	H01.3.2. - Descongestionante Nasal	0,18	18,3%
4	2	H01.2.1. - Inflamação Garganta	0,17	11,1%
5	41	H17.3.1. - Protector labial sem factor protecção	0,12	71,2%

### Marcas

rank var abs	rank valor	Marca	Var. Abs. M€	Var.
1	1	Freestyle	2,84	13,4%
2	5	Isdin	1,65	26,6%
3	4	Avène	1,44	21,6%
4	6	Uriage	1,39	25,6%
5	37	Antigrippine	1,25	97,3%

### Marcas

rank var abs	rank volume	Marca	Var. Abs. M Unid	Var.
1	24	Antigrippine	0,11	68,2%
2	7	Fluimucil	0,11	29,0%
3	15	Griponal	0,11	38,5%
4	11	Uriage	0,08	24,2%
5	20	Cêgripe	0,08	38,2%

No TOP 5 de classes HMR3 do segmento Consumer Health com maior crescimento em valor em YTD Maio'23 salientam-se as classes "H01.4.1. - Antigripais" e "H26.4.12. - Medição de glicose contínua" com um crescimento face ao período homólogo de +4,1 M€ (+40,6%) e +3,5 M€ (+19,1%), respectivamente.

Entre as marcas com maior variação absoluta em YTD Maio'23 destaque para o Antigrippine com um crescimento de +97,3% face ao período homólogo.

No TOP 5 de classes HMR3 do segmento Consumer Health com maior crescimento em volume em YTD Maio'23 salientam-se as classes "H01.4.1. - Antigripais" e "H01.1.1. - Expectorantes" com um crescimento face ao período homólogo de +0,36 M Unid (+32,0%) e +0,30 M Unid (+27,5%), respectivamente.

Entre as marcas com maior variação absoluta em YTD Maio'23 destaque para o Antigrippine com um crescimento de +68,2% face ao período homólogo.

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

## OTCs em valor

YTD Maio 2023

Rank var abs	Rank Valor	Marca	Var. Abs. €	Var.
1	13	Antigrippine	1 247 098	97,3%
2	5	Griponal	1 216 930	45,6%
3	6	Fluimucil	928 755	31,5%

## Supplements em valor

YTD Maio 2023

Rank var abs	Rank Valor	Marca	Var. Abs. €	Var.
1	7	Atyflor	691 944	46,8%
2	3	Grintuss	441 071	13,3%
3	10	Structomax	433 030	34,4%

## Personal Care em valor

YTD Maio 2023

Rank var abs	Rank Valor	Marca	Var. Abs. €	Var.
1	2	Isdin	1 413 782	24,8%
2	1	Avène	1 413 196	21,5%
3	3	Uriage	1 377 676	25,5%

## OTCs em unidades

YTD Maio 2023

Rank var abs	Rank Volume	Marca	Var. Abs. Unid	Var.
1	12	Antigrippine	106 558	68,2%
2	4	Fluimucil	105 931	29,0%
3	8	Griponal	105 917	38,5%

## Supplements em unidades

YTD Maio 2023

Rank var abs	Rank Volume	Marca	Var. Abs. Unid	Var.
1	5	Atyflor	43 416	44,7%
2	20	PanaTosse	22 820	70,5%
3	1	Grintuss	20 271	8,1%

## Personal Care em unidades

YTD Maio 2023

Rank var abs	Rank Volume	Marca	Var. Abs. Unid	Var.
1	2	Uriage	79 218	23,7%
2	1	Avène	66 033	18,2%
3	3	Isdin	55 465	20,1%

## OTC

No TOP 3 marcas do segmento OTC com maiores variações absolutas em YTD Maio'23 vs homólogo, o **Antigrippine®** apresenta em valor uma evolução positiva (crescimento de +97,3%, +1,2 M€) ocupando também a primeira posição no ranking do crescimento absoluto em unidades.

Segue-se o **Griponal®** com crescimento em valor de +45,6%, face ao período homólogo.

Destaca-se ainda o **Fluimucil®** com crescimento em valor de 31,5% e com uma dinâmica de crescimento em volume de +105.931 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 (+29,0%).

## SUPPLEMENTS

Dentro do TOP 3 de variação absoluta verifica-se o maior crescimento em valor e em volume da marca **Atyflor®** (+46,8% em valor e +44,7% em volume). A segunda posição de variação em valor é ocupada pelo **Grintuss®** (+13,4%).

## PERSONAL CARE

No TOP 3 marcas com maiores variações absolutas associadas ao Personal Care, destaque para a marca **Isdin®** que apresenta uma evolução de vendas em valor de aproximadamente +1,41 M€ (+24,8%) face ao período homólogo, seguindo-se a marca **Avène®** com um crescimento de cerca de 1,41 M€ (+21,5%).

A marca **Uriage®** ocupa a primeira posição no TOP3 marcas com maiores variações absolutas em unidades, com um crescimento de +23,7%.

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

### Patient Care em valor

YTD Maio 2023

Rank var abs	Rank Valor	Marca	Var. Abs. €	Var.
1	1	Freestyle	2 843 351	13,4%
2	9	Rhinodouche	462 308	38,3%
3	40	I.Fresh	315 576	95,0%

### Nutrition em valor

YTD Maio 2023

Rank var abs	Rank Valor	Marca	Var. Abs. €	Var.
1	1	Nan	473 474	20,5%
2	5	PKU	365 419	41,4%
3	3	Fresubin	353 217	29,5%

### Homeopathy em valor

YTD Maio 2023

Rank var abs	Rank Valor	Marca	Var. Abs. €	Var.
1	7	Vertigoheel	959	105,7%
2	2	Lymphomyosot	937	5,7%
3	4	Euphorbium Compositum S	833	45,5%

### Patient Care em unidades

YTD Maio 2023

Rank var abs	Rank Volume	Marca	Var. Abs. Unid	Var.
1	13	Ecotainer	75 261	119,0%
2	2	Freestyle	32 297	5,8%
3	19	Soro Fisiológico Aliand	25 251	32,9%

### Nutrition em unidades

YTD Maio 2023

Rank var abs	Rank Volume	Marca	Var. Abs. Unid	Var.
1	5	Nestlé	40 189	64,1%
2	6	Fresubin	18 335	21,7%
3	13	Gerber	16 941	>1000%

### Homeopathy em unidades

YTD Maio 2023

Rank var abs	Rank Volume	Marca	Var. Abs. Unid	Var.
1	4	Euphorbium Compositum S	63	51,6%
2	7	Vertigoheel	61	108,9%
3	11	Spascupreel	26	76,5%

### PATIENT CARE

A marca **Freestyle**® regista a primeira posição (valor) com uma variação de +2,8 M€.

A marca **Ecotainer**® encontra-se na primeira posição (volume) apresentando uma variação de +0,07 M Unid.

### NUTRITION

No TOP 3 das marcas com maiores variações absolutas em YTD Maio'23, em valor, a marca **NAN**® apresenta a maior variação positiva em valor (+20,5%).

A marca **PKU**® ocupa agora a segunda posição do TOP 3 de marcas com maiores variações em valor em YTD Maio'23 com +41,4% face ao homólogo (+365.419€), seguida da marca **Fresubin**® que apresenta uma variação de +29,5%.

### HOMEOPATHY

As marcas identificadas com maiores variações positivas em YTD Maio'23 são as seguintes: **Vertigoheel**® (+105,7% em valor), seguida da **Lymphomyosot**® (+5,7% em valor). A marca **Euphorbium Compositum S**® ocupa a terceira posição no TOP 3 das marcas com maior variação absoluta em valor (+45,5%).

A marca **Euphorbium Compositum S**® ocupa a primeira posição no TOP 3 das marcas com maior variação absoluta em unidades (+51,6%).

# FICHA TÉCNICA

## MARKET WATCH PORTUGAL – Maio 2023

### Âmbito

Evolução mensal do Mercado de Farmácia em Portugal

### Periodicidade

Mensal

### Períodos Analisados

Meses - Junho/22 a Maio/23

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

Year to date - YTD Maio /22 e YTD Maio /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 Maio 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