

Market Watch Portugal

Agosto 2024

No mês de Agosto de 2024 o mercado farmacêutico registou uma variação de +5,3% no Sell Out em valor e +1,7% em unidades, face ao mesmo mês do ano anterior.

No segmento Pharma registou-se uma variação de +4,8% de Sell Out em valor, correspondendo a um acréscimo de 14,1 M€, enquanto que no segmento Consumer Healthcare a variação foi de +5,6% correspondendo a um acréscimo de +7,0 M€.

Rui Sebastião
Market Intelligence & Analytics
ruisebastiao@hmr.co.com

We believe in the power of **knowledge.**

Deep knowledge of the market is the first step in delivering unique market insights.

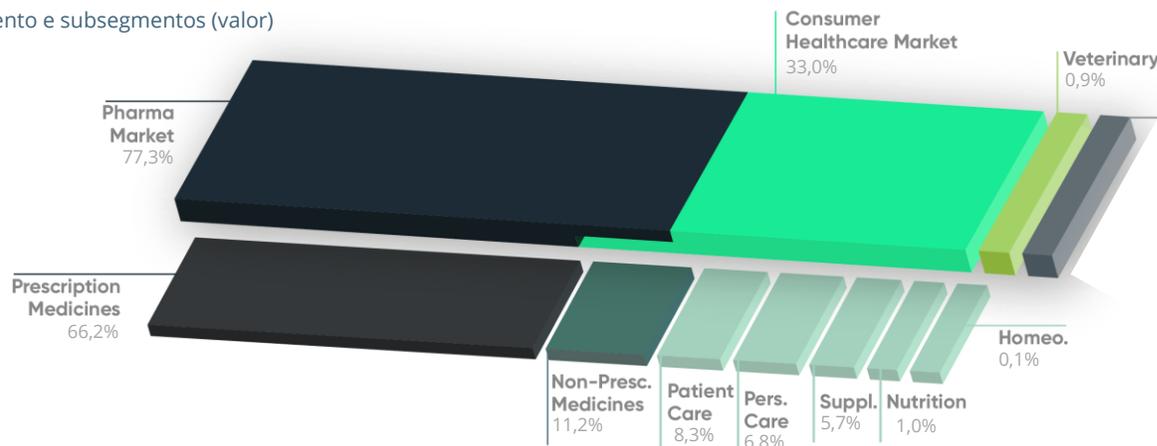
This information is what takes us further and provides greater meaning to the data and numbers that are used to analyse the market in the most efficient manner possible.

**Because we believe in the power of knowledge
and where it can lead us.**

Mercado Total

Dinâmica do canal Farmácia

Agosto '24
Peso por segmento e subsegmentos (valor)



No mês de Agosto de 2024 o mercado farmacêutico registou uma variação de +5,3% no Sell Out em valor e +1,7% em unidades, face ao mesmo mês do ano anterior.

No segmento **Pharma** registou-se uma variação de +4,8% de Sell Out em valor, correspondendo a um acréscimo de +14,1 M€. Em volume, a variação foi de +6,3%, representando +0,5 M unidades.

O segmento **Consumer Healthcare** apresentou, em valor, uma variação de +5,6% correspondendo a +7,0 M€ e em volume uma variação de -0,9%, representando -0,1 M unidades.

Destaques para o subsegmento **Non Prescription (OTC) – Generic** com uma variação de +17,3% em valor e +9,8% em volume.

O comportamento do mercado, no YTD Agosto'24, apresenta uma tendência de variação positiva em valor e em volume, com uma variação de +6,8% e +3,9%, respetivamente.

Dinâmica do canal Farmácia

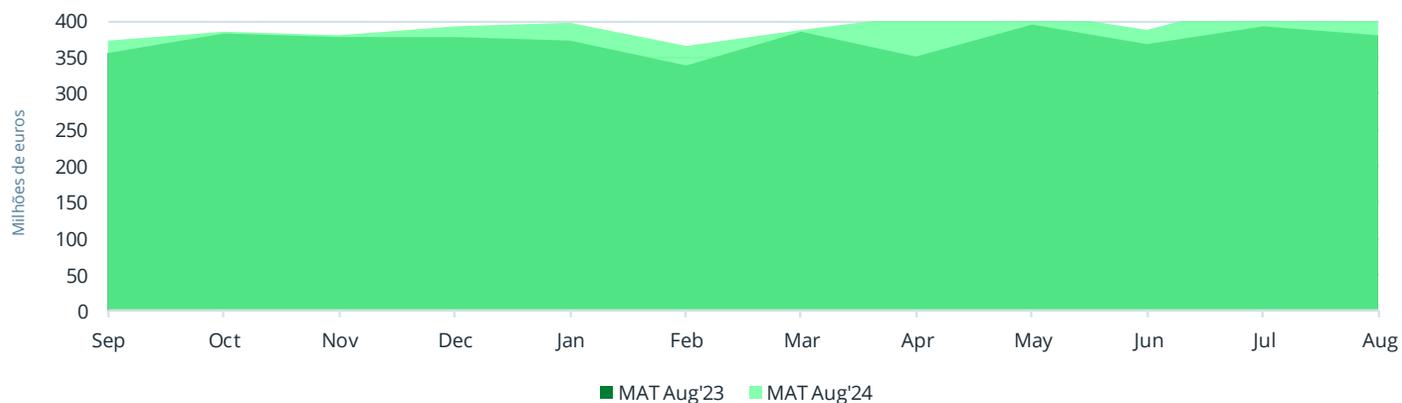
Por subsegmentos

	August 2024						YTD August 2024					
	VALOR			VOLUME			VALOR			VOLUME		
	M€	Q.M.	VARIAÇÃO	M UNID.	Q.M.	VARIAÇÃO	M€	Q.M.	VARIAÇÃO	M UNID.	Q.M.	VARIAÇÃO
Mercado Total	401,6	100,0%	5,3%	31,3	100,0%	1,7%	3 190,2	100,0%	6,8%	251,1	100,0%	3,9%
Pharma Market	310,5	77,3%	4,8%	25,3	80,8%	2,2%	2 502,9	78,5%	6,3%	206,1	82,0%	4,0%
Consumer Healthcare	132,3	33,0%	5,6%	10,1	32,3%	-0,9%	1 020,5	32,0%	9,3%	78,7	31,3%	4,5%
Prescription Medicines	265,7	66,2%	5,0%	21,0	67,0%	2,9%	2 145,0	67,2%	5,6%	171,0	68,1%	3,6%
Branded	187,9	46,8%	0,8%	11,9	38,0%	0,6%	1 536,8	48,2%	2,1%	98,2	39,1%	2,0%
Generic	77,8	19,4%	16,7%	9,1	29,0%	6,1%	608,2	19,1%	15,7%	72,8	29,0%	5,9%
Non Prescription (OTC)	44,9	11,2%	3,5%	4,3	13,8%	-1,3%	357,9	11,2%	10,6%	35,1	14,0%	5,8%
Branded	42,1	10,5%	2,7%	3,9	12,6%	-2,2%	335,8	10,5%	10,0%	32,1	12,8%	5,0%
Generic	2,8	0,7%	17,3%	0,4	1,2%	9,8%	22,1	0,7%	19,7%	3,0	1,2%	15,2%
Homeopathy	0,1	0,0%	9,6%	0,0	0,0%	8,5%	0,7	0,0%	8,4%	0,1	0,0%	6,5%
Nutrition	4,1	1,0%	5,9%	0,3	0,8%	2,0%	32,6	1,0%	8,7%	2,0	0,8%	4,8%
Patient Care	33,3	8,3%	4,7%	2,8	8,9%	-4,0%	242,0	7,6%	7,0%	20,3	8,1%	1,8%
Personal Care	27,3	6,8%	6,5%	1,6	5,1%	1,0%	198,8	6,2%	6,0%	11,6	4,6%	0,0%
Supplements	22,7	5,7%	10,0%	1,1	3,6%	5,4%	188,5	5,9%	13,9%	9,7	3,9%	11,1%
Veterinary	3,5	0,9%	18,9%	0,2	0,7%	11,2%	24,7	0,8%	8,3%	1,4	0,6%	4,5%

Mercado Total

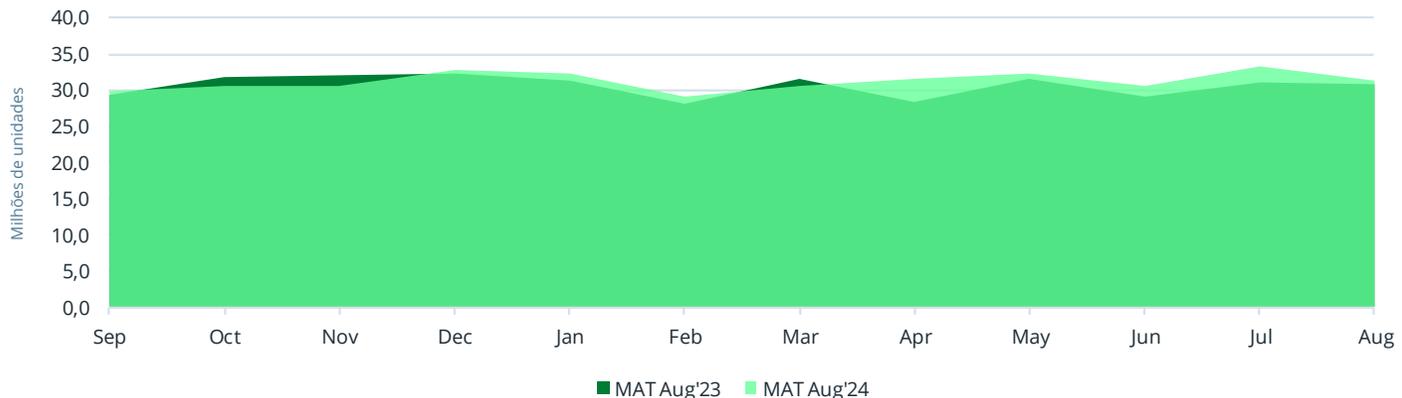
Evolução mensal em valor

Setembro' 22 – Agosto' 24



Evolução mensal em volume

Setembro' 22 – Agosto' 24



Regista-se uma variação face ao mês de Agosto 24 de -6,5% e de -6,4% em valor e volume, respetivamente.

Nos últimos 12 meses o mercado, em valor, tem sido sempre superior aos meses do período homólogo. Em volume, nos últimos 6 meses, apenas Março apresentou uma quebra face ao período homólogo.

Em acumulado nos últimos 12 meses (MAT Agosto'24) o mercado apresenta uma variação em valor de +240,4 M€ (+5,4%) comparativamente com o período homólogo, e em volume de +7,68 M unidades (+2,1%).

Pharma Market



Maiores variações absolutas em valor | YTD Agosto'24

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)	38,53	25,9%
2	6	N02B - Analgésicos não narcóticos e antipiréticos	9,84	12,0%
3	8	C10C - Associações entre reguladores de lípidos	9,05	16,5%
4	3	N06A - Antidepressivos e estabilizadores do humor	8,75	8,9%
5	4	C09D - Associações de antagonistas da angiotensina-II	7,44	8,2%

Maiores variações absolutas em unidades | YTD Agosto'24

Classes ATC3

rank var abs	rank volume	ATC3	Var. Abs. M Unid	Var.
1	1	N02B - Analgésicos não narcóticos e antipiréticos	1,10	5,8%
2	12	A10P - Antidiabéticos inibidores do co-transportador de sódio e glucose 2 (SGLT2)	0,84	25,3%
3	8	R06A - Anti-histamínicos sistémicos	0,59	12,1%
4	2	C10A - Reguladores do colesterol e triglicérideos	0,54	4,9%
5	3	N06A - Antidepressivos e estabilizadores do humor	0,48	5,4%

Marcas

rank var abs	rank valor	Marca	Var. Abs. M€	Var.
1	10	Apixabano Teva	23,44	-
2	1	Forxiga	8,86	22,6%
3	4	Jardiance	6,56	22,4%
4	5	Lixiana	5,73	20,6%
5	3	Xigduo	5,29	17,0%

Marcas

rank var abs	rank volume	Marca	Var. Abs. M Unid	Var.
1	28	Apixabano Teva	0,65	-
2	1	Ben-u-ron	0,32	4,6%
3	173	Tapentadol Krka	0,21	727,8%
4	9	Forxiga	0,21	22,6%
5	55	Ilvico	0,20	76,7%

Em YTD Agosto'24 a classe terapêutica "A10P - Antidiabéticos inibidores do co-transportador de sódio e glucose 2 (SGLT2)" mantém o maior crescimento absoluto em valor, com uma variação de +38,53 M€ (+25,9%) face ao período homólogo. As marcas **Forxiga®** e **Jardiance®** revelam-se importantes alavancas deste crescimento, com variações em valor de +8,86 M€ e +6,56 M€, respetivamente, que corresponde a uma variação positiva de +22,6% e +22,4% face ao período homólogo.

No que respeita às dispensas em volume desde o início do ano, a classe ATC3, "N02B - Analgésicos não narcóticos e antipiréticos" apresenta um crescimento absoluto de +1,15 M Unid face ao período homólogo (+6,9% em termos relativos).

O segundo lugar de variação absoluta em volume é ocupado pela classe "A10P - Antidiabéticos inibidores do co-transportador de sódio e glucose 2 (SGLT2)", com um crescimento absoluto de +0,73 M Unid face ao período homólogo (+25,4% em termos relativos).

No TOP 5 de marcas com maiores variações positivas nas dispensas, em volume, encontra-se na primeira posição o **Apixabano Teva®** com uma variação de +0,58 M Unid.

Pharma Market | Generic



Maiores variações absolutas em valor | YTD Agosto'24

DCIs

rank var abs	rank valor	DCI	Var. Abs. M€	Var.
1	2	Apixabano	28,17	-
2	24	Rivaroxabano	7,07	-
3	22	Tapentadol	6,76	1439,5%
4	1	Atorvastatina	4,23	13,9%
5	59	Dabigatrano etexilato	3,26	-

Marcas

rank var abs	rank valor	Marca	Var. Abs. M€	Var.
1	1	Apixabano Teva	23,44	-
2	5	Apixabano Mylan	4,13	-
3	6	Tapentadol Krka	3,53	752,1%
4	17	Rivaroxabano Viatris	2,52	-
5	24	Rivaroxabano Zentiva	2,41	-

No TOP 5 de DCIs de medicamentos genéricos com crescimento absoluto em valor mais acentuado em YTD Agosto'24 encontram-se o Apixabano e o Tapentadol, que neste período cresceram respetivamente +24,44 M€ e +6,20 M€ face ao período homólogo.

Destaque para o **Apixabano Teva®** que apresenta crescimento absoluto no mercado de +21,01 M€.

No TOP 5 de DCIs com maiores variações absolutas em volume encontra-se na primeira posição o Apixabano, com uma variação de +0,68 M Unid. Em segundo lugar no ranking de moléculas com maior variação absoluta em volume encontra-se o Tapentadol com +0,38 M Unid.

Maiores variações absolutas em unidades | YTD Agosto'24

DCIs

rank var abs	rank volume	DCI	Var. Abs. M Unid	Var.
1	24	Apixabano	0,79	-
2	50	Tapentadol	0,41	1436,8%
3	1	Atorvastatina	0,36	7,0%
4	78	Rivaroxabano	0,26	-
5	21	Bilastina	0,25	40,7%

Marcas

rank var abs	rank volume	Marca	Var. Abs. M Unid	Var.
1	8	Apixabano Teva	0,65	-
2	41	Tapentadol Krka	0,21	727,8%
3	13	Bisoprolol Aurobindo	0,18	66,0%
4	27	Beta-histina Generis	0,17	143,9%
5	1	Atorvastatina Teva	0,16	14,6%

Consumer Health Market



Maiores variações absolutas em valor | YTD Agosto'24

Classes HMR

rank var abs	rank valor	HMR3	Var. Abs. M€	Var.
1	3	H02.1.1. - Analgésicos e Antipiréticos	5,01	17,1%
2	1	H26.4.12. - Medição de glicose contínua	4,62	12,7%
3	10	H014.1. - Antigripais	3,69	20,1%
4	14	H01.1.1. - Expectorantes	3,26	20,5%
5	24	H01.1.5. - Alívio da tosse seca e produtiva	2,91	28,3%

Maiores variações absolutas em unidades | YTD Agosto'24

Classes HMR

rank var abs	rank volume	HMR3	Var. Abs. M Unid	Var.
1	1	H02.1.1. - Analgésicos e Antipiréticos	0,54	10,9%
2	5	H014.1. - Antigripais	0,30	15,6%
3	6	H01.1.1. - Expectorantes	0,29	16,0%
4	13	H04.2.5. - Antidiarreicos	0,19	17,0%
5	20	H01.1.5. - Alívio da tosse seca e produtiva	0,17	22,9%

Marcas

rank var abs	rank valor	Marca	Var. Abs. M€	Var.
1	1	Freestyle	4,13	10,3%
2	41	Dioflav	2,76	202,8%
3	45	Ilvico	1,75	77,5%
4	8	La Roche Posay	1,59	16,3%
5	49	Fisiocrem	1,28	50,6%

Marcas

rank var abs	rank volume	Marca	Var. Abs. M Unid	Var.
1	22	Ilvico	0,20	76,7%
2	95	Fluorecare	0,20	3570,9%
3	80	Boiron	0,13	142,7%
4	89	Dioflav	0,12	146,4%
5	172	Herby	0,10	3136,1%

No TOP 5 de classes HMR3 do segmento Consumer Health com maior crescimento em valor em YTD Agosto'24 salientam-se as classes "H02.1.1. - Analgésicos e Antipiréticos" e "H26.4.12. - Medição de glicose contínua" com um crescimento face ao período homólogo de +4,73M€ (+18,9%) e +4,05 M€ (+12,9%), respectivamente.

Entre as marcas com maior variação absoluta em YTD Agosto'24 destaque para o **Freestyle**® com um crescimento de +10,3% face ao período homólogo.

No TOP 5 de classes HMR3 do segmento Consumer Health com maior crescimento em volume em YTD Agosto'24 salientam-se as classes "H02.1.1. - Analgésicos e Antipiréticos" e "H01.4.1. - Antigripais" com um crescimento face ao período homólogo de +0,54 M Unid (+12,6%) e +0,33 M Unid (+19,3%), respectivamente.

Entre as marcas com maior variação absoluta em YTD Agosto'24 destaque para o **Ilvico**® com um crescimento de +91,2% face ao período homólogo.

Consumer Health Market | TOP3 Marcas (1/2)



OTCs em valor

YTD Agosto'24

Rank var abs	Rank Valor	Marca	Var. Abs. €	Var.
1	14	Dioflav	2 756 338	202,8%
2	18	Ilvico	1 749 509	77,5%
3	4	Streptfen	1 265 527	20,3%

Supplements em valor

YTD Agosto'24

Rank var abs	Rank Valor	Marca	Var. Abs. €	Var.
1	3	Grintuss	1 166 595	24,7%
2	5	Atyflor	1 006 650	28,4%
3	1	Centrum	798 044	11,3%

Personal Care em valor

YTD Agosto'24

Rank var abs	Rank Valor	Marca	Var. Abs. €	Var.
1	5	La Roche Posay	1 551 697	16,0%
2	8	SVR	1 235 795	22,4%
3	6	Caudalie	964 876	14,3%

OTCs em unidades

YTD Agosto'24

Rank var abs	Rank Volume	Marca	Var. Abs. Unid	Var.
1	12	Ilvico	201 732	76,7%
2	49	Dioflav	121 946	146,4%
3	4	Streptfen	99 481	15,5%

Supplements em unidades

YTD Agosto'24

Rank var abs	Rank Volume	Marca	Var. Abs. Unid	Var.
1	15	Herby	104 117	3136,1%
2	1	Grintuss	66 427	19,6%
3	4	Atyflor	52 310	23,0%

Personal Care em unidades

YTD Agosto'24

Rank var abs	Rank Volume	Marca	Var. Abs. Unid	Var.
1	12	Curaprox	54 308	28,1%
2	7	SVR	50 913	17,3%
3	15	CeraVe	40 809	30,1%

OTC

No TOP 3 marcas do segmento OTC com maiores variações absolutas em YTD Agosto'24 vs homólogo, o **Dioflav**[®] apresenta uma evolução positiva em valor (crescimento de +245,3%, +1,81 M€). Segue-se o **Ilvico**[®] com crescimento em valor de +92,2%, face ao período homólogo.

Destaca-se ainda o **Streptfen**[®] com crescimento em valor de +24,2%, face ao período homólogo.

SUPPLEMENTS

Dentro do TOP 3 de variação absoluta verifica-se o maior crescimento em valor da marca **Grintuss**[®] (+27,7%). A segunda posição de variação em valor é ocupada pelo **Atyflor**[®].

PERSONAL CARE

No TOP 3 marcas com maiores variações absolutas associadas ao Personal Care, destaque para a marca **La Roche Posay**[®] que apresenta uma evolução de vendas em valor de aproximadamente +1,42 M€ (+17,0%) face ao período homólogo, seguindo-se a marca **Caudalie**[®] com um crescimento de cerca de 0,87 M€ (+14,9%).

A marca **CeraVe**[®] ocupa a primeira posição no TOP3 marcas com maiores variações absolutas em unidades, com um crescimento de +30,1%.

Consumer Health Market | TOP3 Marcas (2/2)



Patient Care em valor

YTD Agosto'24

Rank var abs	Rank Valor	Marca	Var. Abs. €	Var.
1	1	Freestyle	4 126 953	10,3%
2	7	Fisiocrem	1 283 977	50,6%
3	65	Fluorecare	760 539	4388,3%

Nutrition em valor

YTD Agosto'24

Rank var abs	Rank Valor	Marca	Var. Abs. €	Var.
1	3	Fortimel	965 327	47,7%
2	4	Resource	446 538	18,6%
3	10	Meritene	301 170	55,3%

Homeopathy em valor

YTD Agosto'24

Rank var abs	Rank Valor	Marca	Var. Abs. €	Var.
1	4	Spascupreel	5 289	325,5%
2	1	Boiron	4 177	11,2%
3	7	Nervoheel	1 277	100,6%

Patient Care em unidades

YTD Agosto'24

Rank var abs	Rank Volume	Marca	Var. Abs. Unid	Var.
1	18	Fluorecare	195 292	3570,9%
2	28	Boiron	123 888	610,7%
3	1	Alvita	75 504	6,8%

Nutrition em unidades

YTD Agosto'24

Rank var abs	Rank Volume	Marca	Var. Abs. Unid	Var.
1	5	Fortimel	54 717	43,3%
2	10	Blédina	48 608	557,2%
3	3	Nestlé	22 595	13,8%

Homeopathy em unidades

YTD Agosto'24

Rank var abs	Rank Volume	Marca	Var. Abs. Unid	Var.
1	1	Boiron	638	7,7%
2	2	Spascupreel	346	300,9%
3	7	Nervoheel	65	79,3%

PATIENT CARE

A marca **Freestyle**® regista a primeira posição em valor com uma variação de +3,59 M€ (+10,3%).

A marca **Fluorecare**® encontra-se na primeira posição em volume, apresentando uma variação de +0,18 M Unid.

NUTRITION

No TOP 3 das marcas com maiores variações absolutas em YTD Agosto'24, em valor, a marca **Fortimel**® apresenta a maior variação positiva em valor (+50,8%).

A marca **Resource**® ocupa a segunda posição do TOP 3 de marcas com maiores variações em valor em YTD Agosto'24 com +18,7% face ao homólogo, seguida da marca **Meritene**® que apresenta uma variação de +55,8%.

HOMEOPATHY

As marcas identificadas com maiores variações positivas em YTD Agosto'24 são as seguintes: **Boiron**® (+20,5% em valor), seguida da **Spascupreel**® (+225,5% em valor). A marca **Lymphomyosot**® ocupa a terceira posição no TOP 3 das marcas com maior variação absoluta em valor (+21,3%).

A marca **Boiron**® ocupa a primeira posição no TOP 3 das marcas com maior variação absoluta em unidades (+18,3%).

FICHA TÉCNICA

MARKET WATCH PORTUGAL – AGOSTO 2024

Âmbito

Evolução mensal do Mercado de Farmácia em Portugal

Periodicidade

Mensal

Períodos Analisados

Meses – Setembro/22 a Agosto/24

Ano Móvel - MAT Agosto/23 e MAT Agosto/24

Year to date - YTD Agosto/23 e YTD Agosto/24

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 teve por base um painel de 2.608 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 = 89,6% referente ao mês de Agosto.

- **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