

# Market Watch Portugal

Outubro 2023

No mês de Outubro de 2023 o mercado farmacêutico registou uma variação de +1,2% no Sell Out em valor e +1,1% em unidades, face ao mesmo mês do ano anterior.

No segmento Pharma registou-se uma variação de -1,2% de Sell Out em valor, correspondendo a um decréscimo de -3,8 M€, enquanto que no segmento Consumer Healthcare a variação foi de +3,6% correspondendo a um acréscimo de +4,0 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.**

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.

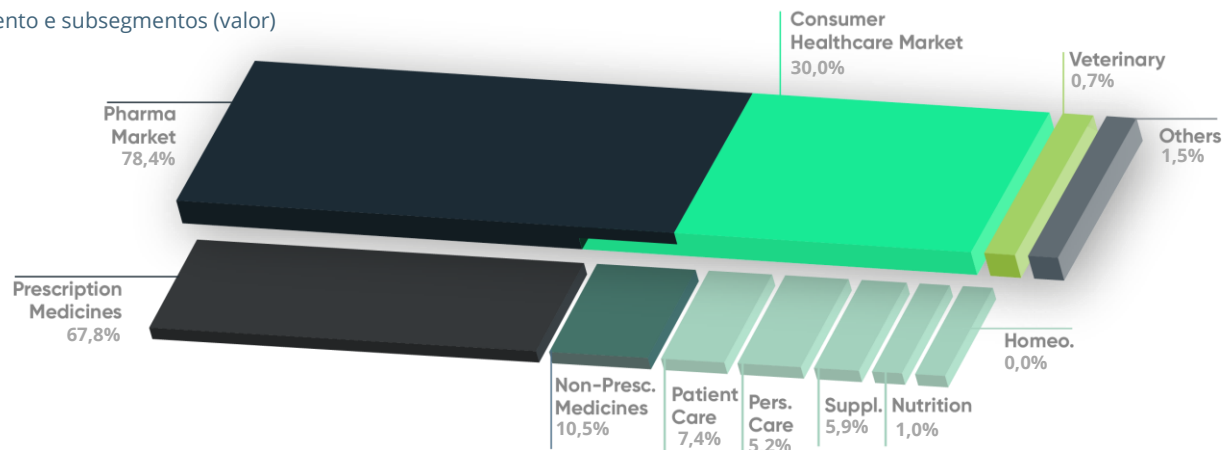
**Because we believe that the power of knowledge  
and where it can lead us.**

# Mercado Total

## Dinâmica do canal Farmácia

Outubro 2023

Peso por segmento e subsegmentos (valor)



## Dinâmica do canal Farmácia

Por subsegmentos

	Outubro 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>390,5</b>	<b>100,0%</b>	<b>1,2%</b>	<b>32,6</b>	<b>100,0%</b>	<b>1,1%</b>	<b>3 765,8</b>	<b>100,0%</b>	<b>3,0%</b>	<b>306,7</b>	<b>100,0%</b>	<b>-2,6%</b>
Pharma Market	306,1	78,4%	-1,2%	25,2	77,2%	-4,4%	2 956,6	78,5%	5,2%	247,7	80,8%	2,2%
Consumer Healthcare	117,0	30,0%	3,6%	9,4	28,8%	-4,3%	1 165,4	30,9%	7,2%	94,1	30,7%	-7,5%
Prescription Medicines	264,9	67,8%	-1,3%	21,1	64,5%	-3,8%	2 552,1	67,8%	4,8%	206,5	67,3%	2,3%
Branded	196,0	50,2%	-4,1%	12,3	37,8%	-5,8%	1 890,6	50,2%	2,3%	120,5	39,3%	-0,7%
Generic	68,9	17,6%	7,4%	8,7	26,8%	-0,9%	661,5	17,6%	12,6%	86,0	28,0%	6,8%
Non Prescription (OTC)	41,2	10,5%	-0,7%	4,1	12,7%	-6,9%	404,5	10,7%	8,1%	41,2	13,4%	1,9%
Branded	38,9	10,0%	-1,1%	3,8	11,7%	-7,6%	381,4	10,1%	7,4%	38,0	12,4%	1,1%
Generic	2,3	0,6%	7,3%	0,3	1,0%	2,4%	23,0	0,6%	21,4%	3,2	1,0%	13,2%
Homeopathy	0,1	0,0%	-0,8%	0,0	0,0%	-4,0%	0,8	0,0%	1,8%	0,1	0,0%	-1,1%
Nutrition	3,8	1,0%	13,1%	0,2	0,7%	8,4%	37,6	1,0%	13,8%	2,4	0,8%	7,4%
Patient Care	28,8	7,4%	4,1%	2,6	7,8%	-5,9%	283,6	7,5%	-2,6%	25,2	8,2%	-29,8%
Personal Care	20,1	5,2%	8,1%	1,2	3,8%	2,7%	228,9	6,1%	14,1%	14,1	4,6%	9,5%
Supplements	23,0	5,9%	5,7%	1,2	3,7%	-0,1%	210,1	5,6%	12,4%	11,0	3,6%	8,6%
Others	6,0	1,5%	199,6%	2,0	6,2%	377,2%	20,4	0,5%	-81,3%	4,4	1,4%	-53,4%
Veterinary	2,6	0,7%	11,8%	0,2	0,5%	5,1%	27,8	0,7%	14,3%	1,7	0,5%	6,2%

No mês de Outubro de 2023 o mercado farmacêutico registou uma variação de +1,2% no Sell Out em valor e +1,1% em unidades, face ao mesmo mês do ano anterior.

No segmento **Pharma** registou-se uma variação de -1,2% de Sell Out em valor, correspondendo a um decréscimo de -3,8 M€. Em volume, a variação foi de -4,4%, representando -1,15 M unidades.

O segmento **Consumer Healthcare** apresentou, em valor, uma variação de +3,6% correspondendo a +4,0 M€ e em volume uma variação de -4,3%, representando -0,42 M unidades.

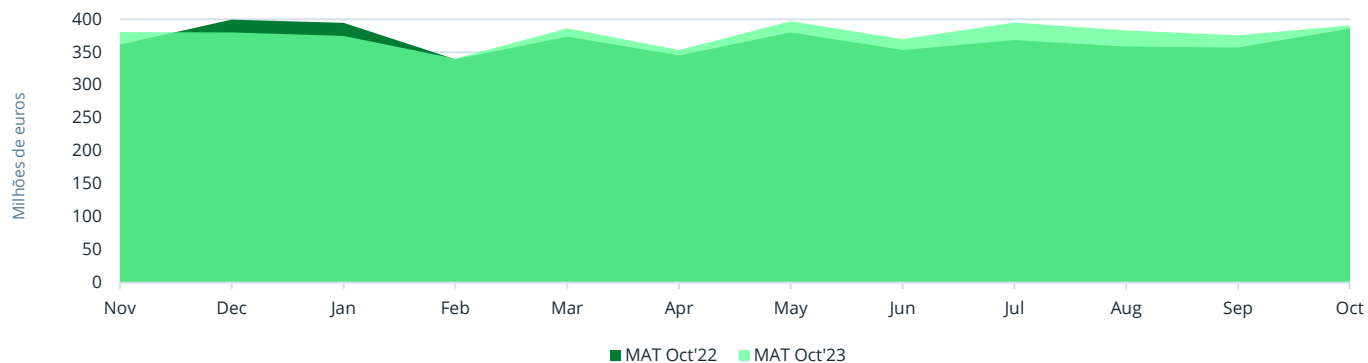
Destaques para o subsegmento **Veterinary** com uma variação de +11,8% em valor e +5,1% em volume e para o subsegmento **Prescription Medicines Branded** com uma variação de -4,1% em valor e -5,8% em volume

O comportamento do mercado, no YTD Outubro'23, apresenta uma tendência de variação positiva em valor e negativa em volume, com uma variação de +3,0% e -2,6%, respetivamente.

# Mercado Total

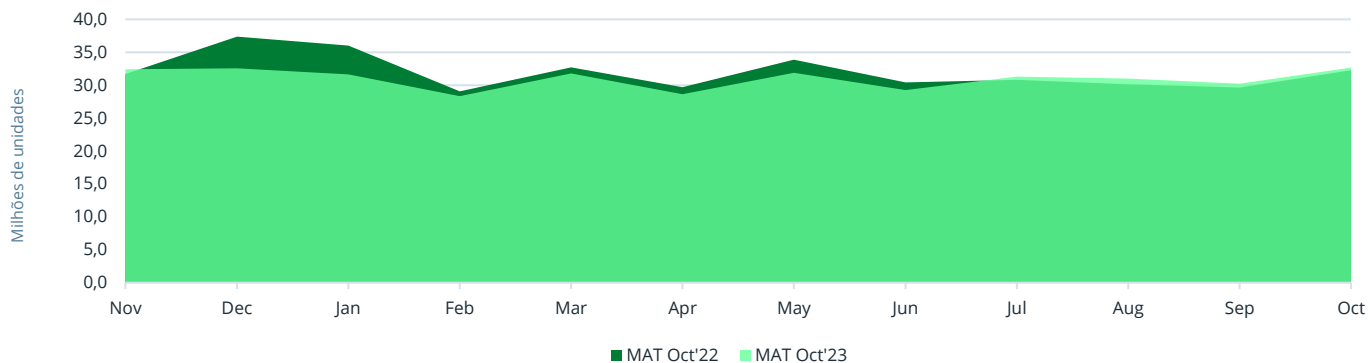
## Evolução mensal em valor

Outubro 2022 – Outubro 2023



## Evolução mensal em volume

Outubro 2022 – Outubro 2023



Regista-se uma variação face ao mês de Setembro'23 de +3,9% e de +8,0% 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, pela quarta vez consecutiva desde Dezembro de 2022, registou-se um valor superior ao mesmo mês do período homólogo.

Em acumulado nos últimos 12 meses (MAT Outubro'23) o mercado apresenta uma variação em valor de +108,8 M€ (+2,5%) comparativamente com o período homólogo, e em volume de -12,1 M unidades (-3,2%).

# Pharma Market



## Maiores variações absolutas em valor | YTD Outubro 2023

### Classes ATC3

rank	var abs	rank valor	ATC3	Var. Abs. M€	Var.
1	1	1	A10P - Antidiabéticos inibidores do co-transportador de sódio e glucose 2 (SGLT2)	47,67	33,5%
2	2	2	B01F - Inibidores directos do Factor Xa	15,27	9,3%
3	7	7	A10S - Agonista do GLP-1	14,82	17,5%
4	10	10	C10C - Associações entre reguladores de lípidos	11,00	18,9%
5	3	3	N06A - Antidepressivos e estabilizadores do humor	10,56	9,4%

## Maiores variações absolutas em unidades | YTD Outubro 2023

### Classes ATC3

rank	var abs	rank volume	ATC3	Var. Abs. M Unid	Var.
1	14	14	A10P - Antidiabéticos inibidores do co-transportador de sódio e glucose 2 (SGLT2)	1,05	33,3%
2	2	2	C10A - Reguladores do colesterol e triglicérideos	0,78	6,1%
3	3	3	N06A - Antidepressivos e estabilizadores do humor	0,71	6,7%
4	18	18	J01C - Penicilinas de largo espectro	0,52	17,6%
5	29	29	C10C - Associações entre reguladores de lípidos	0,51	23,8%

### Marcas

rank	var abs	rank valor	Marca	Var. Abs. M€	Var.
1	3	3	Forxiga	12,25	32,6%
2	6	6	Ozempic	9,44	34,5%
3	5	5	Jardiance	8,48	29,4%
4	4	4	Xigduo	7,27	22,5%
5	13	13	Synjardy	6,75	48,6%

### Marcas

rank	var abs	rank volume	Marca	Var. Abs. M Unid	Var.
1	21	21	Betamox	0,33	61,7%
2	11	11	Forxiga	0,29	32,6%
3	155	155	Bilastina Farmoz	0,26	496,2%
4	214	214	Metformina/Sitagliptina Mylan	0,24	>1000,0%
5	239	239	Atorvastatina Alter Genéricos	0,22	-

Em YTD Outubro'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 +47,7 M€ (+33,5%) face ao período homólogo. As marcas **Forxiga®** e **Jardiance®** revelam-se importantes alavancas deste crescimento, com variações em valor de +12,3M€ e +8,5 M€, respetivamente, que corresponde a uma variação positiva de +32,6% e +29,4% 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 +1,05 M Unid face ao período homólogo (+33,3% 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 +0,78 M Unid face ao período homólogo (+6,1% 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 +0,33 M Unid, que corresponde a uma variação de +61,7% em termos relativos.

# Pharma Market | Generic



## Maiores variações absolutas em valor | YTD Outubro 2023

### DCIs

rank var abs	rank valor	DCI	Var. Abs. M€	Var.
1	5	Metformina + Sitagliptina	14,56	>1000,0%
2	14	Metformina + Vildagliptina	10,14	-
3	40	Sitagliptina	4,64	>1000,0%
4	1	Atorvastatina	4,18	12,2%
5	2	Rosuvastatina	3,00	16,5%

## Maiores variações absolutas em unidades | YTD Outubro 2023

### DCIs

rank var abs	rank volume	DCI	Var. Abs. M Unid	Var.
1	31	Metformina + Sitagliptina	0,79	>1000,0%
2	41	Metformina + Vildagliptina	0,65	-
3	32	Bilastina	0,56	265,4%
4	1	Atorvastatina	0,54	9,0%
5	66	Sitagliptina	0,35	>1000,0%

### Marcas

rank var abs	rank valor	Marca	Var. Abs. M€	Var.
1	3	Metformina/Sitagliptina Mylan	4,19	>1000,0%
2	19	Metformina/Vildagliptina Generis	2,68	-
3	28	Rivastigmina Teva	2,15	>1000,0%
4	31	Metformina/Sitagliptina Ratiopharm	2,09	>1000,0%
5	42	Metformina/Sitagliptina Krka	1,93	-

### Marcas

rank var abs	rank volume	Marca	Var. Abs. M Unid	Var.
1	33	Bilastina Farmoz	0,26	496,2%
2	52	Metformina/Sitagliptina Mylan	0,24	>1000,0%
3	60	Atorvastatina Alter Genéricos	0,22	-
4	63	Beta-histina Generis	0,21	>1000,0%
5	14	Atorvastatina Aurobindo	0,18	58,6%

No TOP 5 de DCIs de medicamentos genéricos com crescimento absoluto em valor mais acentuado em YTD Outubro'23 encontram-se a Metformina + Sitagliptina e Metformina + Vildagliptina, que neste período cresceram respetivamente +14,6 M€ e +10,1 M€ face ao período homólogo.

Destaque novamente para a **Metformina/Sitagliptina Mylan®** que apresenta crescimento absoluto no mercado de +4,2 M€.

No TOP 5 de DCIs com maiores variações absolutas em volume encontra-se na primeira posição a Metformina + Sitagliptina, com uma variação de +0,79 M Unid. Em segundo lugar no ranking de moléculas com maior variação absoluta em volume encontra-se a Metformina + Vidagliptina com +0,65 M Unid.

# Consumer Health Market



## Maiores variações absolutas em valor | YTD Outubro 2023

### Classes HMR

rank var abs	rank valor	HMR3	Var. Abs. M€	Var.
1	2	H26.4.12. - Medição de glicose contínua	6,47	16,4%
2	7	H17.9.3. - Protector solar adulto	5,51	24,1%
3	12	H01.4.1. - Antigripais	4,90	26,6%
4	4	H02.1.1. - Analgésicos e Antipiréticos	4,17	12,6%
5	9	H16.4.1. - Anti envelhecimento e anti rugas mulher	3,81	16,1%

## Maiores variações absolutas em unidades | YTD Outubro 2023

### Classes HMR

rank var abs	rank volume	HMR3	Var. Abs. M Unid	Var.
1	5	H01.4.1. - Antigripais	0,39	19,3%
2	6	H01.1.1. - Expectorantes	0,18	9,0%
3	18	H17.9.3. - Protector solar adulto	0,17	17,0%
4	8	H01.3.2. - Descongestionante Nasal	0,16	8,7%
5	15	H04.2.5. - Antidiarreicos	0,14	11,6%

### Marcas

rank var abs	rank valor	Marca	Var. Abs. M€	Var.
1	1	Freestyle	5,37	11,9%
2	5	Isdin	3,23	23,5%
3	4	Avène	2,58	17,9%
4	6	Uriage	2,57	22,4%
5	59	Antigrippine	1,33	56,6%

H17.9.3. - Protector solar adulto

### Marcas

rank var abs	rank volume	Marca	Var. Abs. M Unid	Var.
1	11	Uriage	0,15	21,4%
2	13	Isdin	0,12	18,1%
3	8	Avène	0,11	13,7%
4	19	Griponal	0,11	21,9%
5	92	Ecotainer	0,10	76,6%

No TOP 5 de classes HMR3 do segmento Consumer Health com maior crescimento em valor em YTD Outubro'23 salientam-se as classes "H26.4.12. - Medição de glicose contínua" e "H17.9.3. - Protector solar adulto" com um crescimento face ao período homólogo de +6,5 M€ (+16,4%) e +5,5 M€ (+24,1%), respectivamente.

Entre as marcas com maior variação absoluta em YTD Outubro'23 destaque para o **Freestyle®** com um crescimento de +11,9% face ao período homólogo.

No TOP 5 de classes HMR3 do segmento Consumer Health com maior crescimento em volume em YTD Outubro'23 salientam-se as classes "H01.4.1. - Antigripais" e "H01.1.1. - Expectorantes" com um crescimento face ao período homólogo de +0,39 M Unid (+19,3%) e +0,18 M Unid (+9,0%), respectivamente.

Entre as marcas com maior variação absoluta em YTD Outubro'23 destaque para o **Uriage®** com um crescimento de +21,4% face ao período homólogo.

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



## OTCs em valor

YTD Outubro 2023

Rank var abs	Rank Valor	Marca	Var. Abs. €	Var.
1	23	Antigrippine	1 332 945	56,6%
2	8	Griponal	1 309 967	27,6%
3	3	Brufen	1 166 839	11,4%

## Supplements em valor

YTD Outubro 2023

Rank var abs	Rank Valor	Marca	Var. Abs. €	Var.
1	7	Atyflor	1 006 322	29,4%
2	15	Artrozen	854 225	42,3%
3	9	Acutil	835 110	29,4%

## Personal Care em valor

YTD Outubro 2023

Rank var abs	Rank Valor	Marca	Var. Abs. €	Var.
1	2	Isdin	2 762 481	22,1%
2	3	Uriage	2 556 339	22,4%
3	1	Avène	2 530 042	17,8%

## OTCs em unidades

YTD Outubro 2023

Rank var abs	Rank Volume	Marca	Var. Abs. Unid	Var.
1	10	Griponal	106 342	21,9%
2	18	Cégripe	94 461	25,5%
3	22	Antigrippine	93 932	33,3%

## Supplements em unidades

YTD Outubro 2023

Rank var abs	Rank Volume	Marca	Var. Abs. Unid	Var.
1	5	Atyflor	59 886	26,8%
2	10	Aquilea	32 826	25,6%
3	21	Artrozen	31 982	43,6%

## Personal Care em unidades

YTD Outubro 2023

Rank var abs	Rank Volume	Marca	Var. Abs. Unid	Var.
1	2	Uriage	148 274	21,2%
2	1	Avène	107 418	13,6%
3	3	Isdin	101 592	17,1%

## OTC

No TOP 3 marcas do segmento OTC com maiores variações absolutas em YTD Outubro'23 vs homólogo, o **Antigrippine®** apresenta em valor uma evolução positiva (crescimento de +56,6%, +1,3 M€) ocupando a terceira posição no ranking do crescimento absoluto em unidades.

Segue-se o **Griponal®** com crescimento em valor de +27,6%, face ao período homólogo.

Destaca-se ainda o **Brufen®** com crescimento em valor de +11,4%, face ao período homólogo.

## SUPPLEMENTS

Dentro do TOP 3 de variação absoluta verifica-se o maior crescimento em valor e em volume da marca **Atyflor®** (+29,4% em valor e +26,8% em volume). A segunda posição de variação em valor é ocupada pelo **Artrozen®** (+42,3%).

## 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 +2,8 M€ (+22,1%) face ao período homólogo, seguindo-se a marca **Uriage®** com um crescimento de cerca de 2,6 M€ (+22,4%).

A marca **Uriage®** ocupa a primeira posição no TOP3 marcas com maiores variações absolutas em unidades, com um crescimento de +21,2%.



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

### Patient Care em valor

YTD Outubro 2023

Rank var abs	Rank Valor	Marca	Var. Abs. €	Var.
1	1	Freestyle	5 367 819	11,9%
2	36	I.Fresh	768 633	102,2%
3	31	Previpiq	582 529	40,9%

### Nutrition em valor

YTD Outubro 2023

Rank var abs	Rank Valor	Marca	Var. Abs. €	Var.
1	1	Nan	669 626	14,2%
2	3	Fresubin	583 346	22,1%
3	2	Aptamil	581 242	15,0%

### Homeopathy em valor

YTD Outubro 2023

Rank var abs	Rank Valor	Marca	Var. Abs. €	Var.
1	8	Spascupreel	1 378	449,6%
2	6	Vertigoheel	1 049	101,3%
3	7	Oculoheel	679	48,8%

### Patient Care em unidades

YTD Outubro 2023

Rank var abs	Rank Volume	Marca	Var. Abs. Unid	Var.
1	18	Ecotainer	104 519	76,6%
2	2	Freestyle	56 707	4,9%
3	53	I.Fresh	51 429	96,5%

### Nutrition em unidades

YTD Outubro 2023

Rank var abs	Rank Volume	Marca	Var. Abs. Unid	Var.
1	4	Nestlé	78 174	53,3%
2	12	Gerber	32 314	469,2%
3	6	Fresubin	29 351	15,9%

### Homeopathy em unidades

YTD Outubro 2023

Rank var abs	Rank Volume	Marca	Var. Abs. Unid	Var.
1	8	Spascupreel	95	431,8%
2	7	Vertigoheel	69	107,8%
3	5	Oculoheel	46	46,5%

### PATIENT CARE

A marca **Freestyle**<sup>®</sup> regista a primeira posição em valor com uma variação de +5,4 M€ (+11,9%).

A marca **Ecotainer**<sup>®</sup> encontra-se na primeira posição em volume, apresentando uma variação de +0,1 M Unid (+76,6%).

### NUTRITION

No TOP 3 das marcas com maiores variações absolutas em YTD Outubro'23, em valor, a marca **NAN**<sup>®</sup> apresenta a maior variação positiva em valor (+14,2%).

A marca **Fresubin**<sup>®</sup> ocupa a segunda posição do TOP 3 de marcas com maiores variações em valor em YTD Outubro'23 com +22,1% face ao homólogo, seguida da marca **Aptamil**<sup>®</sup> que apresenta uma variação de +15,0%.

### HOMEOPATHY

As marcas identificadas com maiores variações positivas em YTD Outubro'23 são as seguintes: **Spascupreel**<sup>®</sup> (+449,6% em valor), seguida da **Vertigoheel**<sup>®</sup> (+101,3% em valor). A marca **Oculoheel**<sup>®</sup> ocupa a terceira posição no TOP 3 das marcas com maior variação absoluta em valor (+48,8%).

A marca **Spascupreel**<sup>®</sup> ocupa a primeira posição no TOP 3 das marcas com maior variação absoluta em unidades (+431,8%).

# FICHA TÉCNICA

## MARKET WATCH PORTUGAL – OUTUBRO 2023



### Âmbito

Evolução mensal do Mercado de Farmácia em Portugal

### Periodicidade

Mensal

### Períodos Analisados

Meses - Outubro/22 a Outubro/23

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

Year to date - YTD Outubro /22 e YTD Outubro /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 Outubro teve por base um painel de 2.570 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 = 88,3% referente ao mês de Outubro.

- **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