

Market Watch Portugal

Janeiro 2024

No mês de Janeiro de 2024 o mercado farmacêutico registou uma variação de +6,6% no Sell Out em valor e +3,1% em unidades, face ao mesmo mês do ano anterior.

No segmento Pharma registou-se uma variação de +6,1% de Sell Out em valor, correspondendo a um acréscimo de +18,3 M€, enquanto que no segmento Consumer Healthcare a variação foi de +10,2% correspondendo a um acréscimo de +11,7 M€.

Jorge Alves
Market Intelligence & Analytics
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.

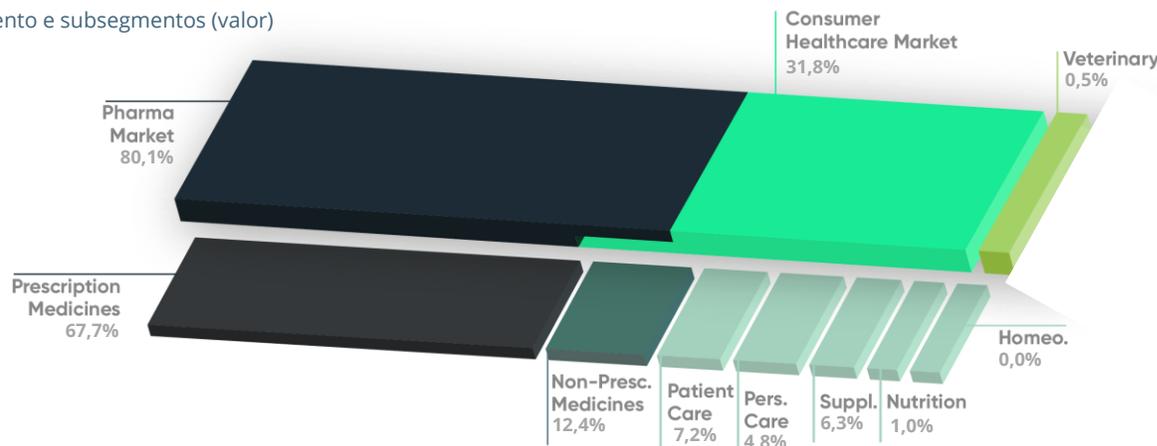
This information is what takes us further and provides greater meaning to the data and numbers that are used to analyse the market in the most efficient manner possible.

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

Mercado Total

Dinâmica do canal Farmácia

Janeiro 2024
Peso por segmento e subsegmentos (valor)



Dinâmica do canal Farmácia

Por subsegmentos

	Janeiro 2024						YTD Janeiro 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	397,5	100,0%	6,6%	32,3	100,0%	3,1%	397,5	100,0%	6,6%	32,3	100,0%	3,1%
Pharma Market	318,6	80,1%	6,1%	26,9	83,3%	3,2%	318,6	80,1%	6,1%	26,9	83,3%	3,2%
Consumer Healthcare	126,4	31,8%	10,2%	10,3	31,8%	4,9%	126,4	31,8%	10,2%	10,3	31,8%	4,9%
Prescription Medicines	269,1	67,7%	5,0%	21,9	67,8%	2,3%	269,1	67,7%	5,0%	21,9	67,8%	2,3%
Branded	195,0	49,1%	2,8%	12,7	39,4%	2,1%	195,0	49,1%	2,8%	12,7	39,4%	2,1%
Generic	74,1	18,6%	11,2%	9,2	28,4%	2,5%	74,1	18,6%	11,2%	9,2	28,4%	2,5%
Non Prescription (OTC)	49,4	12,4%	12,7%	5,0	15,5%	7,4%	49,4	12,4%	12,7%	5,0	15,5%	7,4%
Branded	46,5	11,7%	12,3%	4,6	14,3%	6,6%	46,5	11,7%	12,3%	4,6	14,3%	6,6%
Generic	3,0	0,7%	20,5%	0,4	1,2%	16,6%	3,0	0,7%	20,5%	0,4	1,2%	16,6%
Homeopathy	0,1	0,0%	-2,5%	0,0	0,0%	-6,4%	0,1	0,0%	-2,5%	0,0	0,0%	-6,4%
Nutrition	3,9	1,0%	9,7%	0,2	0,7%	7,9%	3,9	1,0%	9,7%	0,2	0,7%	7,9%
Patient Care	28,7	7,2%	7,0%	2,4	7,5%	1,0%	28,7	7,2%	7,0%	2,4	7,5%	1,0%
Personal Care	19,2	4,8%	2,1%	1,2	3,8%	-5,2%	19,2	4,8%	2,1%	1,2	3,8%	-5,2%
Supplements	25,1	6,3%	16,4%	1,4	4,3%	13,3%	25,1	6,3%	16,4%	1,4	4,3%	13,3%
Veterinary	2,0	0,5%	-0,1%	0,1	0,4%	-1,4%	2,0	0,5%	-0,1%	0,1	0,4%	-1,4%

No mês de Janeiro de 2024 o mercado farmacêutico registou uma variação de +6,6% no Sell Out em valor e +3,1% em unidades, face ao mesmo mês do ano anterior.

No segmento **Pharma** registou-se uma variação de +6,1% de Sell Out em valor, correspondendo a um acréscimo de +18,3 M€. Em volume, a variação foi de +3,2%, representando +0,84 M unidades.

O segmento **Consumer Healthcare** apresentou, em valor, uma variação de +10,2% correspondendo a +11,7 M€ e em volume uma variação de +4,9%, representando +0,48 M unidades.

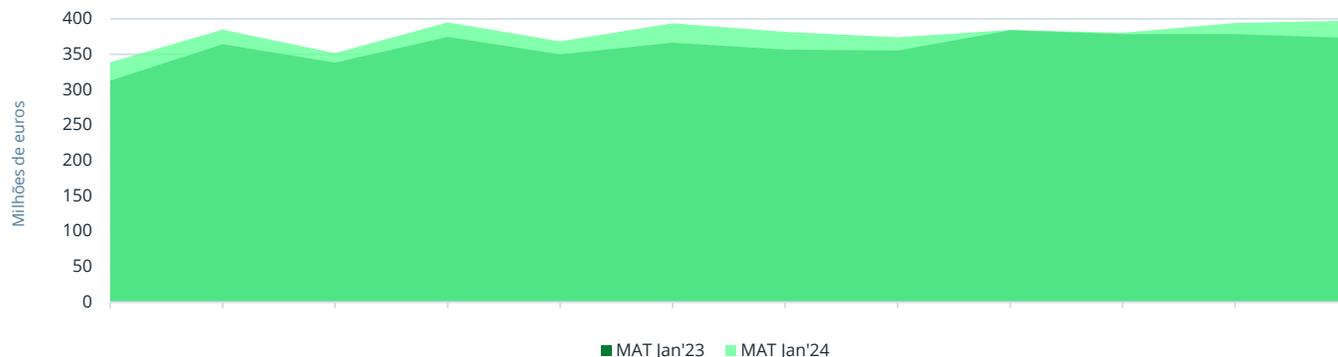
Destaques para o subsegmento **Non-Prescription (OTC) - Generic** com uma variação de +20,5% em valor e +16,6% em volume e para o subsegmento **Homeopathy** com uma variação de -2,5% em valor e -6,4% em volume

O comportamento do mercado, no YTD Janeiro'24, apresenta uma tendência de variação positiva em valor e em volume, com uma variação de +6,6% e +3,1%, respetivamente.

Mercado Total

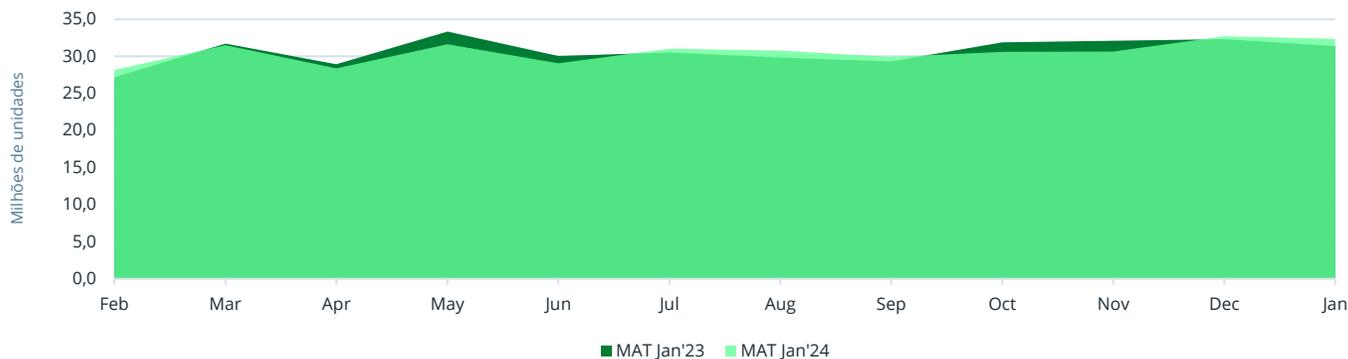
Evolução mensal em valor

Fevereiro 2022 – Janeiro 2024



Evolução mensal em volume

Fevereiro 2022 – Janeiro 2024



Regista-se uma variação face ao mês de Dezembro'23 de +0,9% e de -1,1% em valor e volume, respetivamente.

Nos últimos 12 meses o mercado, em valor, tem sido sempre superior aos meses do período homólogo. Em volume, regista-se uma recuperação nos últimos dois meses observados.

Em acumulado nos últimos 12 meses (MAT Janeiro'24) o mercado apresenta uma variação em valor de +212,9 M€ (+4,9%) comparativamente com o período homólogo, e em volume de -1,83 M unidades (-0,5%).

Pharma Market



Maiores variações absolutas em valor | YTD Janeiro 2024

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)	4,51	26,4%
2	4	N02B - Analgésicos não narcóticos e antipiréticos	1,75	16,2%
3	19	R05A - Preparações para constipações sem anti-infecciosos	1,18	31,2%
4	3	N06A - Antidepressivos e estabilizadores do humor	0,99	8,2%
5	20	R05C - Expectorantes	0,99	26,6%

Maiores variações absolutas em unidades | YTD Janeiro 2024

Classes ATC3

rank var abs	rank volume	ATC3	Var. Abs. M Unid	Var.
1	1	N02B - Analgésicos não narcóticos e antipiréticos	0,26	10,0%
2	12	R05A - Preparações para constipações sem anti-infecciosos	0,10	24,8%
3	16	A10P - Antidiabéticos inibidores do co-transportador de sódio e glucose 2 (SGLT2)	0,10	25,6%
4	13	R05C - Expectorantes	0,09	21,2%
5	3	N06A - Antidepressivos e estabilizadores do humor	0,05	4,1%

Marcas

rank var abs	rank valor	Marca	Var. Abs. M€	Var.
1	9	Apixabano Teva	3,29	-
2	7	Ozempic	1,94	101,5%
3	2	Forxiga	1,05	23,2%
4	4	Jardiance	0,76	22,1%
5	5	Lixiana	0,69	20,7%

Marcas

rank var abs	rank volume	Marca	Var. Abs. M Unid	Var.
1	1	Ben-u-ron	0,11	10,3%
2	27	Apixabano Teva	0,09	-
3	30	Rivotril	0,07	431,0%
4	17	Ilvico	0,06	108,9%
5	6	Fluimucil	0,05	38,3%

Em YTD Janeiro'24 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 +4,5 M€ (+26,4%) face ao período homólogo. As marcas **Forxiga®** e **Jardiance®** revelam-se importantes alavancas deste crescimento, com variações em valor de +1,1M€ e +0,8 M€, respetivamente, que corresponde a uma variação positiva de +23,2% e +22,1% 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 +0,26 M Unid face ao período homólogo (+10,0% em termos relativos).

O segundo lugar de variação absoluta em volume é ocupado pela classe "R05A - Preparações para constipações sem anti-infecciosos", com um crescimento absoluto de +0,10 M Unid face ao período homólogo (+24,8% em termos relativos).

No TOP 5 de marcas com maiores variações positivas nas dispensas, em volume, encontra-se na primeira posição o **Ben-u-ron®** com uma variação de +0,11 M Unid, que corresponde a uma variação de +10,3% em termos relativos.

Pharma Market | Generic



Maiores variações absolutas em valor | YTD Janeiro 2024

DCIs

rank var abs	rank valor	DCI	Var. Abs. M€	Var.
1	2	Apixabano	3,29	-
2	26	Tapentadol	0,85	-
3	1	Atorvastatina	0,44	12,0%
4	3	Rosuvastatina	0,22	10,7%
5	15	Ibuprofeno	0,20	24,0%

Marcas

rank var abs	rank valor	Marca	Var. Abs. M€	Var.
1	1	Apixabano Teva	3,29	-
2	8	Tapentadol Krka	0,41	-
3	28	Metformina/Sitagliptina Krka	0,28	-
4	32	Tapentadol Generis	0,25	-
5	2	Atorvastatina Teva	0,18	31,8%

No TOP 5 de DCIs de medicamentos genéricos com crescimento absoluto em valor mais acentuado em YTD Janeiro'24 encontram-se o Apixabano e o Tapentadol, que neste período cresceram respetivamente +3,3 M€ e +0,9 M€ face ao período homólogo.

Destaque para o **Apixabano Teva®** que apresenta crescimento absoluto no mercado de +3,3 M€.

No TOP 5 de DCIs com maiores variações absolutas em volume encontra-se na primeira posição o Apixabano, com uma variação de +0,09 M Unid. Em segundo lugar no ranking de moléculas com maior variação absoluta em volume encontra-se o Tapentadol com +0,05 M Unid.

Maiores variações absolutas em unidades | YTD Janeiro 2024

DCIs

rank var abs	rank volume	DCI	Var. Abs. M Unid	Var.
1	27	Apixabano	0,09	-
2	52	Tapentadol	0,05	-
3	2	Paracetamol	0,04	11,2%
4	4	Ibuprofeno	0,04	14,8%
5	1	Atorvastatina	0,03	4,9%

Marcas

rank var abs	rank volume	Marca	Var. Abs. M Unid	Var.
1	6	Apixabano Teva	0,09	-
2	39	Beta-histina Generis	0,03	>1000%
3	46	Atorvastatina Alter Genéricos	0,03	-
4	3	Paracetamol Generis	0,03	25,2%
5	2	Ibuprofeno Generis	0,03	19,8%

Consumer Health Market



Maiores variações absolutas em valor | YTD Janeiro 2024

Classes HMR

rank var abs	rank valor	HMR3	Var. Abs. M€	Var.
1	1	H01.4.1. - Antigripais	1,18	29,4%
2	4	H01.1.1. - Expectorantes	0,99	28,1%
3	3	H02.1.1. - Analgésicos e Antipiréticos	0,92	24,7%
4	10	H01.1.5. - Alívio da tosse seca e produtiva	0,66	26,8%
5	2	H26.4.12. - Medição de glicose contínua	0,56	13,3%

Maiores variações absolutas em unidades | YTD Janeiro 2024

Classes HMR

rank var abs	rank volume	HMR3	Var. Abs. M Unid	Var.
1	1	H02.1.1. - Analgésicos e Antipiréticos	0,12	17,8%
2	2	H01.4.1. - Antigripais	0,10	23,7%
3	3	H01.1.1. - Expectorantes	0,09	22,6%
4	10	H01.1.2. - Antitússicos	0,05	34,1%
5	8	H01.1.5. - Alívio da tosse seca e produtiva	0,04	21,3%

Marcas

rank var abs	rank valor	Marca	Var. Abs. M€	Var.
1	17	Ilvico	0,52	112,4%
2	1	Freestyle	0,47	9,9%
3	5	Fluimucil	0,41	39,4%
4	75	Bisoltussin	0,30	637,5%
5	71	Dioflav	0,27	267,9%

H17.9.3. - Protector solar adulto

Marcas

rank var abs	rank volume	Marca	Var. Abs. M Unid	Var.
1	9	Ilvico	0,06	108,9%
2	3	Fluimucil	0,05	38,4%
3	59	Fluorecare	0,04	-
4	54	Boiron	0,03	261,8%
5	72	Bisoltussin	0,03	560,8%

No TOP 5 de classes HMR3 do segmento Consumer Health com maior crescimento em valor em YTD Janeiro'24 salientam-se as classes "H01.4.1. - Antigripais" e "H01.1.1. - Expectorantes" com um crescimento face ao período homólogo de +1,2 M€ (+29,4%) e +1,0 M€ (+28,1%), respectivamente.

Entre as marcas com maior variação absoluta em YTD Janeiro'24 destaque para o **Ilvico**® com um crescimento de +112,4% face ao período homólogo.

No TOP 5 de classes HMR3 do segmento Consumer Health com maior crescimento em volume em YTD Janeiro'24 salientam-se as classes "H02.1.1. - Analgésicos e Antipiréticos" e "H01.4.1. - Antigripais" com um crescimento face ao período homólogo de +0,12 M Unid (+17,8%) e +0,10 M Unid (+23,7%), respectivamente.

Entre as marcas com maior variação absoluta em YTD Janeiro'24 destaque para o **Ilvico**® com um crescimento de +108,9% face ao período homólogo.

Consumer Health Market | TOP3 Marcas (1/2)



OTCs em valor

YTD Janeiro 2024

Rank var abs	Rank Valor	Marca	Var. Abs. €	Var.
1	8	Ilvico	515 781	112,4%
2	4	Fluimucil	407 700	39,4%
3	34	Bisoltussin	301 145	637,5%

Supplements em valor

YTD Janeiro 2024

Rank var abs	Rank Valor	Marca	Var. Abs. €	Var.
1	1	Grintuss	238 505	21,7%
2	34	Tossil	165 510	-
3	2	Centrum	107 979	12,0%

Personal Care em valor

YTD Janeiro 2024

Rank var abs	Rank Valor	Marca	Var. Abs. €	Var.
1	5	La Roche Posay	90 439	11,1%
2	19	CeraVe	75 388	37,7%
3	40	Fisiocrem	71 022	144,7%

OTCs em unidades

YTD Janeiro 2024

Rank var abs	Rank Volume	Marca	Var. Abs. Unid	Var.
1	7	Ilvico	58 962	108,9%
2	3	Fluimucil	48 287	38,4%
3	39	Bisoltussin	26 763	560,8%

Supplements em unidades

YTD Janeiro 2024

Rank var abs	Rank Volume	Marca	Var. Abs. Unid	Var.
1	12	Herby	19 127	-
2	1	Grintuss	13 754	17,1%
3	28	Tossil	10 268	-

Personal Care em unidades

YTD Janeiro 2024

Rank var abs	Rank Volume	Marca	Var. Abs. Unid	Var.
1	11	Curaprox	6 153	28,0%
2	19	CeraVe	4 965	37,2%
3	45	Fisiocrem	3 496	112,7%

OTC

No TOP 3 marcas do segmento OTC com maiores variações absolutas em YTD Janeiro'24 vs homólogo, o **Ilvico**® apresenta em valor uma evolução positiva (crescimento de +112,4%, +0,5 M€). Segue-se o **Fluimucil**® com crescimento em valor de +39,4%, face ao período homólogo.

Destaca-se ainda o **Bisoltussin**® com crescimento em valor de +637,5%, face ao período homólogo.

SUPPLEMENTS

Dentro do TOP 3 de variação absoluta verifica-se o maior crescimento em valor da marca **Grintuss**® (+21,7%). A segunda posição de variação em valor é ocupada pelo **Tossil**®.

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 +0,09 M€ (+11,1%) face ao período homólogo, seguindo-se a marca **CeraVe**® com um crescimento de cerca de 0,08 M€ (+37,7%).

A marca **Curaprox**® ocupa a primeira posição no TOP3 marcas com maiores variações absolutas em unidades, com um crescimento de +28,0%.

Consumer Health Market | TOP3 Marcas (2/2)

Patient Care em valor

YTD Janeiro 2024

Rank var abs	Rank Valor	Marca	Var. Abs. €	Var.
1	1	Freestyle	466 444	9,9%
2	40	Boiron	141 152	>1000%
3	44	Fluorecare	140 860	-

Nutrition em valor

YTD Janeiro 2024

Rank var abs	Rank Valor	Marca	Var. Abs. €	Var.
1	3	Fortimel	114 816	52,5%
2	2	Aptamil	55 034	12,1%
3	6	Vitaflor	42 640	20,8%

Homeopathy em valor

YTD Janeiro 2024

Rank var abs	Rank Valor	Marca	Var. Abs. €	Var.
1	6	Spascupreel	2 358	966,6%
2	5	Oculoheel	1 240	90,1%
3	10	Echinacea Compositum	857	161,3%

Patient Care em unidades

YTD Janeiro 2024

Rank var abs	Rank Volume	Marca	Var. Abs. Unid	Var.
1	12	Fluorecare	35 765	-
2	15	Boiron	28 321	>1000%
3	55	Medomics	8 019	378,3%

Nutrition em unidades

YTD Janeiro 2024

Rank var abs	Rank Volume	Marca	Var. Abs. Unid	Var.
1	5	Fortimel	6 992	52,0%
2	4	Nestlé	5 014	30,7%
3	11	Blédina	4 744	684,6%

Homeopathy em unidades

YTD Janeiro 2024

Rank var abs	Rank Volume	Marca	Var. Abs. Unid	Var.
1	5	Spascupreel	164	964,7%
2	6	Oculoheel	82	85,4%
3	10	Echinacea Compositum	61	164,9%

PATIENT CARE

A marca **Freestyle**® regista a primeira posição em valor com uma variação de +0,5 M€ (+9,9%).

A marca **Fluorecare**® encontra-se na primeira posição em volume, apresentando uma variação de +0,04 M Unid.

NUTRITION

No TOP 3 das marcas com maiores variações absolutas em YTD Janeiro'24, em valor, a marca **Fortimel**® apresenta a maior variação positiva em valor (+52,5%).

A marca **Aptamil**® ocupa a segunda posição do TOP 3 de marcas com maiores variações em valor em YTD Janeiro'24 com +12,1% face ao homólogo, seguida da marca **Vitaflor**® que apresenta uma variação de +20,8%.

HOMEOPATHY

As marcas identificadas com maiores variações positivas em YTD Janeiro'24 são as seguintes: **Spascupreel**® (+966,6% em valor), seguida da **Oculoheel**® (+90,1% em valor). A marca **Echinacea Compositum**® ocupa a terceira posição no TOP 3 das marcas com maior variação absoluta em valor (+161,3%).

A marca **Spascupreel**® ocupa a primeira posição no TOP 3 das marcas com maior variação absoluta em unidades (+964,7%).

FICHA TÉCNICA

MARKET WATCH PORTUGAL – JANEIRO 2024

Âmbito

Evolução mensal do Mercado de Farmácia em Portugal

Periodicidade

Mensal

Períodos Analisados

Meses - Fevereiro/22 a Janeiro/24

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

Year to date - YTD Janeiro/23 e YTD Janeiro/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 de janeiro 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 Janeiro.

- **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