

Market Watch Portugal

Abril 2024

No mês de Abril de 2024 o mercado farmacêutico registou uma variação de +15,5% no Sell Out em valor e +11,6% em unidades, face ao mesmo mês do ano anterior.

No segmento Pharma registou-se uma variação de +15,6% de Sell Out em valor, correspondendo a um acréscimo de 43,0 M€, enquanto que no segmento Consumer Healthcare a variação foi de +16,5% correspondendo a um acréscimo de +18,0 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.

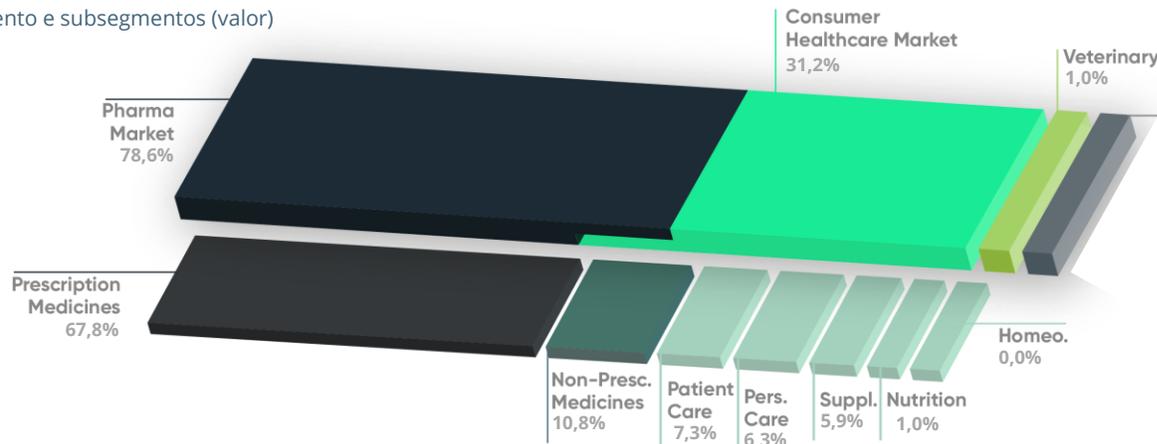
**Because we believe in the power of knowledge
and where it can lead us.**

Mercado Total

Dinâmica do canal Farmácia

Abril 2024

Peso por segmento e subsegmentos (valor)



No mês de Abril de 2024 o mercado farmacêutico registou uma variação de +15,5% no Sell Out em valor e +11,6% em unidades, face ao mesmo mês do ano anterior.

No segmento **Pharma** registou-se uma variação de +15,6% de Sell Out em valor, correspondendo a um acréscimo de +43,0 M€. Em volume, a variação foi de +12,2%, representando +2,83 M unidades.

O segmento **Consumer Healthcare** apresentou, em valor, uma variação de +16,5% correspondendo a +18,0 M€ e em volume uma variação de +10,5%, representando +0,92 M unidades.

Destaques para o subsegmento **Non Prescription (OTC) – Generic** com uma variação de +25,6% em valor e +21,5% em volume.

O comportamento do mercado, no YTD Abril'24, apresenta uma tendência de variação positiva em valor e em volume, com uma variação de +7,5% e +3,6%, respetivamente.

Dinâmica do canal Farmácia

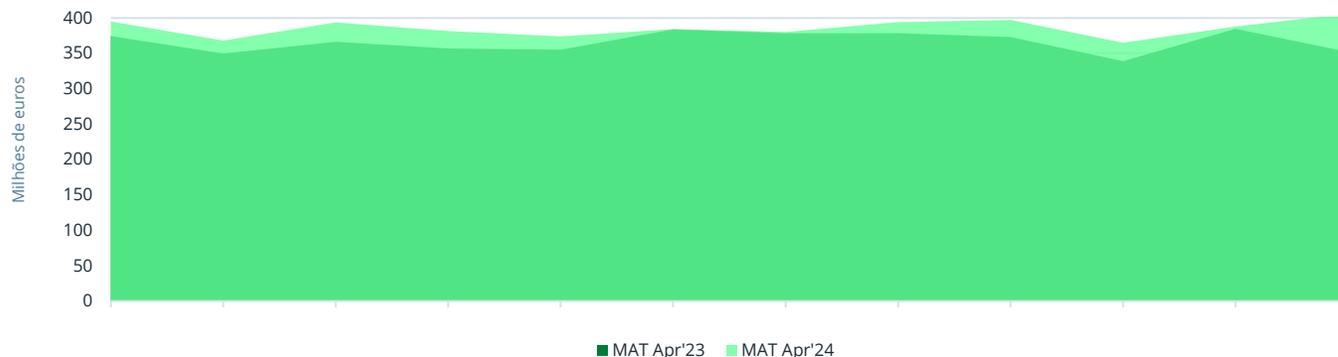
Por subsegmentos

	Abril 2024						YTD Abril 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	406,4	100,0%	15,5%	31,7	100,0%	11,6%	1 556,9	100,0%	7,5%	123,6	100,0%	3,6%
Pharma Market	319,3	78,6%	15,6%	26,1	82,4%	12,2%	1 234,0	79,3%	7,0%	102,4	82,9%	3,8%
Consumer Healthcare	126,9	31,2%	16,5%	9,6	30,4%	10,5%	490,2	31,5%	9,9%	38,3	31,0%	3,7%
Prescription Medicines	275,6	67,8%	15,1%	21,8	69,0%	12,1%	1 056,0	67,8%	6,4%	84,7	68,5%	3,5%
Branded	198,3	48,8%	11,5%	12,5	39,6%	10,1%	762,7	49,0%	3,6%	49,0	39,6%	2,6%
Generic	77,2	19,0%	25,8%	9,3	29,3%	15,0%	293,3	18,8%	14,6%	35,7	28,9%	4,9%
Non Prescription (OTC)	43,7	10,8%	18,3%	4,3	13,5%	12,4%	178,0	11,4%	10,4%	17,7	14,3%	4,8%
Branded	41,0	10,1%	17,8%	3,9	12,3%	11,6%	167,2	10,7%	10,1%	16,2	13,1%	4,2%
Generic	2,8	0,7%	25,6%	0,4	1,2%	21,5%	10,8	0,7%	16,8%	1,5	1,2%	12,8%
Homeopathy	0,1	0,0%	27,6%	0,0	0,0%	20,8%	0,3	0,0%	6,7%	0,0	0,0%	2,8%
Nutrition	4,1	1,0%	10,3%	0,3	0,8%	11,1%	15,9	1,0%	8,7%	1,0	0,8%	7,1%
Patient Care	29,6	7,3%	13,6%	2,4	7,5%	4,9%	113,6	7,3%	8,0%	9,3	7,5%	-0,1%
Personal Care	25,6	6,3%	11,5%	1,5	4,7%	6,6%	87,7	5,6%	6,2%	5,2	4,2%	-0,8%
Supplements	23,8	5,9%	24,1%	1,2	3,8%	21,5%	94,7	6,1%	15,2%	5,0	4,0%	11,8%
Veterinary	3,9	1,0%	9,4%	0,2	0,7%	7,5%	10,7	0,7%	8,2%	0,6	0,5%	5,2%

Mercado Total

Evolução mensal em valor

Maio 2022 – Abril 2024



Evolução mensal em volume

Maio 2022 – Abril 2024



Regista-se uma variação face ao mês de Março'24 de +4,8% e de +3,3% 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 5 meses, apenas Março apresentou uma quebra face ao período homólogo.

Em acumulado nos últimos 12 meses (MAT Abril'24) o mercado apresenta uma variação em valor de +236,4 M€ (+5,4%) comparativamente com o período homólogo, e em volume de +1,28 M unidades (+0,3%).

Pharma Market



Maiores variações absolutas em valor | YTD Abril 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)	18,96	27,4%
2		5	N02B - Analgésicos não narcóticos e antipiréticos	4,81	11,8%
3		3	N06A - Antidepressivos e estabilizadores do humor	4,69	9,9%
4		8	C10C - Associações entre reguladores de lípidos	4,14	15,6%
5		4	C09D - Associações de antagonistas da angiotensina-II	3,76	8,5%

Maiores variações absolutas em unidades | YTD Abril 2024

Classes ATC3

rank	var abs	rank volume	ATC3	Var. Abs. M Unid	Var.
1		1	N02B - Analgésicos não narcóticos e antipiréticos	0,47	4,9%
2		13	A10P - Antidiabéticos inibidores do co-transportador de sódio e glucose 2 (SGLT2)	0,41	26,6%
3		2	C10A - Reguladores do colesterol e triglicérideos	0,25	4,7%
4		3	N06A - Antidepressivos e estabilizadores do humor	0,25	5,7%
5		8	R06A - Anti-histamínicos sistémicos	0,23	9,3%

Marcas

rank	var abs	rank valor	Marca	Var. Abs. M€	Var.
1		8	Apixabano Teva	13,18	-
2		2	Forxiga	4,34	23,7%
3		4	Jardiance	3,23	23,5%
4		7	Ozempic	3,14	29,4%
5		5	Lixiana	2,89	22,0%

Marcas

rank	var abs	rank volume	Marca	Var. Abs. M Unid	Var.
1		22	Apixabano Teva	0,37	-
2		34	Ilvico	0,16	108,7%
3		141	Beta-histina Generis	0,14	>1000%
4		1	Ben-u-ron	0,11	3,0%
5		202	Tapentadol Krka	0,10	-

Em YTD Abril'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 +19,0 M€ (+27,4%) face ao período homólogo. As marcas **Forxiga®** e **Jardiance®** revelam-se importantes alavancas deste crescimento, com variações em valor de +4,3 M€ e +3,2 M€, respetivamente, que corresponde a uma variação positiva de +23,7% e +23,5% 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 +0,47 M Unid face ao período homólogo (+4,9% 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 +0,41 M Unid face ao período homólogo (+26,6% 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 +0,37 M Unid.

Pharma Market | Generic



Maiores variações absolutas em valor | YTD Abril 2024

DCIs

rank var abs	rank valor	DCI	Var. Abs. M€	Var.
1	2	Apixabano	13,37	-
2	23	Tapentadol	3,47	-
3	1	Atorvastatina	2,17	15,1%
4	78	Dabigatrano etexilato	1,24	-
5	3	Rosuvastatina	1,15	14,4%

Maiores variações absolutas em unidades | YTD Abril 2024

DCIs

rank var abs	rank volume	DCI	Var. Abs. M Unid	Var.
1	25	Apixabano	0,37	-
2	51	Tapentadol	0,21	-
3	1	Atorvastatina	0,18	7,0%
4	14	Azitromicina	0,13	31,3%
5	20	Bilastina	0,12	39,9%

Marcas

rank var abs	rank valor	Marca	Var. Abs. M€	Var.
1	1	Apixabano Teva	13,18	-
2	8	Tapentadol Krka	1,72	-
3	30	Metformina/Sitagliptina Krka	0,99	>1000%
4	33	Tapentadol Generis	0,96	-
5	2	Atorvastatina Teva	0,89	40,2%

Marcas

rank var abs	rank volume	Marca	Var. Abs. M Unid	Var.
1	5	Apixabano Teva	0,37	-
2	30	Beta-histina Generis	0,14	>1000%
3	54	Tapentadol Krka	0,10	-
4	1	Atorvastatina Teva	0,09	15,8%
5	42	Tramadol/Paracetamol Mylan	0,07	167,0%

No TOP 5 de DCIs de medicamentos genéricos com crescimento absoluto em valor mais acentuado em YTD Abril'24 encontram-se o Apixabano e o Tapentadol, que neste período cresceram respetivamente +13,4 M€ e +3,5 M€ face ao período homólogo.

Destaque para o **Apixabano Teva®** que apresenta crescimento absoluto no mercado de +13,2 M€.

No TOP 5 de DCIs com maiores variações absolutas em volume encontra-se na primeira posição o Apixabano, com uma variação de +0,37 M Unid. Em segundo lugar no ranking de moléculas com maior variação absoluta em volume encontra-se o Tapentadol com +0,21 M Unid.

Consumer Health Market



Maiores variações absolutas em valor | YTD Abril 2024

Classes HMR

rank var abs	rank valor	HMR3	Var. Abs. M€	Var.
1	3	H02.1.1. - Analgésicos e Antipiréticos	2,46	17,2%
2	1	H26.4.12. - Medição de glicose contínua	2,45	14,5%
3	14	H01.1.5. - Alívio da tosse seca e produtiva	1,88	26,1%
4	9	H01.1.1. - Expectorantes	1,85	17,2%
5	17	H05.4.1. - Suplementos Magnésio	1,66	25,6%

Maiores variações absolutas em unidades | YTD Abril 2024

Classes HMR

rank var abs	rank volume	HMR3	Var. Abs. M Unid	Var.
1	1	H02.1.1. - Analgésicos e Antipiréticos	0,26	10,6%
2	4	H01.1.1. - Expectorantes	0,15	12,6%
3	11	H01.1.5. - Alívio da tosse seca e produtiva	0,11	20,8%
4	3	H01.4.1. - Antigripais	0,10	7,6%
5	17	H01.1.2. - Antitússicos	0,09	21,7%

Marcas

rank var abs	rank valor	Marca	Var. Abs. M€	Var.
1	1	Freestyle	2,18	11,6%
2	29	Ilvico	1,36	110,3%
3	57	Dioflav	1,24	286,2%
4	11	Grintuss	0,82	24,9%
5	9	La Roche Posay	0,75	19,0%

Marcas

rank var abs	rank volume	Marca	Var. Abs. M Unid	Var.
1	13	Ilvico	0,16	108,7%
2	6	Fluimucil	0,06	15,9%
3	146	Herby	0,06	-
4	153	Fluorecare	0,06	>1000%
5	104	Dioflav	0,06	197,1%

No TOP 5 de classes HMR3 do segmento Consumer Health com maior crescimento em valor em YTD Abril'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 +2,5 M€ (+17,2%) e +2,5 M€ (+14,5%), respectivamente.

Entre as marcas com maior variação absoluta em YTD Abril'24 destaque para o **Freestyle**® com um crescimento de +11,6% face ao período homólogo.

No TOP 5 de classes HMR3 do segmento Consumer Health com maior crescimento em volume em YTD Abril'24 salientam-se as classes "H02.1.1. - Analgésicos e Antipiréticos" e "H01.1.1. - Expectorantes" com um crescimento face ao período homólogo de +0,26 M Unid (+10,6%) e +0,15 M Unid (+12,6%), respectivamente.

Entre as marcas com maior variação absoluta em YTD Abril'24 destaque para o **Ilvico**® com um crescimento de +108,7% face ao período homólogo.

Consumer Health Market | TOP3 Marcas (1/2)



OTCs em valor

YTD Abril 2024

Rank var abs	Rank Valor	Marca	Var. Abs. €	Var.
1	10	Ilvico	1 359 287	110,3%
2	22	Dioflav	1 242 154	286,2%
3	64	Sargenor	650 105	490,5%

Supplements em valor

YTD Abril 2024

Rank var abs	Rank Valor	Marca	Var. Abs. €	Var.
1	1	Grintuss	818 205	24,9%
2	44	Tossil	472 005	-
3	6	Atyflor	449 858	26,3%

Personal Care em valor

YTD Abril 2024

Rank var abs	Rank Valor	Marca	Var. Abs. €	Var.
1	5	La Roche Posay	734 818	18,6%
2	7	Caudalie	632 731	23,3%
3	16	CeraVe	371 073	42,0%

OTCs em unidades

YTD Abril 2024

Rank var abs	Rank Volume	Marca	Var. Abs. Unid	Var.
1	8	Ilvico	156 578	108,7%
2	4	Fluimucil	64 447	15,9%
3	57	Dioflav	56 771	197,1%

Supplements em unidades

YTD Abril 2024

Rank var abs	Rank Volume	Marca	Var. Abs. Unid	Var.
1	13	Herby	63 869	-
2	1	Grintuss	47 206	19,9%
3	42	Tossil	29 159	-

Personal Care em unidades

YTD Abril 2024

Rank var abs	Rank Volume	Marca	Var. Abs. Unid	Var.
1	11	Curaprox	27 941	31,6%
2	16	CeraVe	24 031	41,1%
3	12	Caudalie	21 038	22,5%

OTC

No TOP 3 marcas do segmento OTC com maiores variações absolutas em YTD Abril'24 vs homólogo, o **Ilvico**® apresenta uma evolução positiva em valor (crescimento de +110,3%, +1,4 M€). Segue-se o **Dioflav**® com crescimento em valor de +286,2%, face ao período homólogo.

Destaca-se ainda o **Sargenor**® com crescimento em valor de +490,5%, face ao período homólogo.

SUPPLEMENTS

Dentro do TOP 3 de variação absoluta verifica-se o maior crescimento em valor da marca **Grintuss**® (+24,9%). 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 +0,73 M€ (+18,6%) face ao período homólogo, seguindo-se a marca **Caudalie**® com um crescimento de cerca de 0,63 M€ (+23,3%).

A marca **Curaprox**® ocupa a primeira posição no TOP3 marcas com maiores variações absolutas em unidades, com um crescimento de +31,6%.

Consumer Health Market | TOP3 Marcas (2/2)



Patient Care em valor

YTD Abril 2024

Rank var abs	Rank Valor	Marca	Var. Abs. €	Var.
1	1	Freestyle	2 176 719	11,6%
2	9	Fisiocrem	517 932	49,0%
3	26	I.Fresh	358 558	75,0%

Nutrition em valor

YTD Abril 2024

Rank var abs	Rank Valor	Marca	Var. Abs. €	Var.
1	3	Fortimel	523 008	60,8%
2	4	Resource	170 936	14,8%
3	2	Aptamil	157 485	8,9%

Homeopathy em valor

YTD Abril 2024

Rank var abs	Rank Valor	Marca	Var. Abs. €	Var.
1	1	Boiron	8 277	22,4%
2	2	Lymphomyosot	6 503	62,5%
3	4	Spascupreel	3 975	>1000%

Patient Care em unidades

YTD Abril 2024

Rank var abs	Rank Volume	Marca	Var. Abs. Unid	Var.
1	32	Fluorecare	59 884	>1000%
2	50	Boiron	33 619	408,5%
3	1	Alvita	25 299	4,7%

Nutrition em unidades

YTD Abril 2024

Rank var abs	Rank Volume	Marca	Var. Abs. Unid	Var.
1	5	Fortimel	31 652	60,2%
2	10	Blédina	22 671	704,1%
3	4	Nestlé	16 697	21,8%

Homeopathy em unidades

YTD Abril 2024

Rank var abs	Rank Volume	Marca	Var. Abs. Unid	Var.
1	1	Boiron	1588	19,4%
2	4	Spascupreel	274	>1000%
3	2	Lymphomyosot	151	49,3%

PATIENT CARE

A marca **Freestyle**® regista a primeira posição em valor com uma variação de +2,2 M€ (+11,6%).

A marca **Fluorecare**® encontra-se na primeira posição em volume, apresentando uma variação de +0,06 M Unid.

NUTRITION

No TOP 3 das marcas com maiores variações absolutas em YTD Abril'24, em valor, a marca **Fortimel**® apresenta a maior variação positiva em valor (+60,8%).

A marca **Resource**® ocupa a segunda posição do TOP 3 de marcas com maiores variações em valor em YTD Abril'24 com +14,8% face ao homólogo, seguida da marca **Aptamil**® que apresenta uma variação de +8,9%.

HOMEOPATHY

As marcas identificadas com maiores variações positivas em YTD Abril'24 são as seguintes: **Boiron**® (+22,4% em valor), seguida da **Lymphomyosot**® (+62,5% em valor). A marca **Spascupreel**® ocupa a terceira posição no TOP 3 das marcas com maior variação absoluta em valor (>1.000%).

A marca **Boiron**® ocupa a primeira posição no TOP 3 das marcas com maior variação absoluta em unidades (+19,4%).

FICHA TÉCNICA

MARKET WATCH PORTUGAL – ABRIL 2024

Âmbito

Evolução mensal do Mercado de Farmácia em Portugal

Periodicidade

Mensal

Períodos Analisados

Meses - Maio/22 a Abril/24

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

Year to date - YTD Abril /23 e YTD Abril /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 2.585 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 = 89,0% referente ao mês de Abril.

- **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