

Pharmacy Market Watch

Outubro 2024

No mês de Outubro de 2024 o mercado farmacêutico registou uma variação de +11,9% no Sell Out em valor e +8,6% em unidades, face ao mesmo mês do ano anterior.

No segmento Pharma registou-se uma variação de +11,6% de Sell Out em valor, correspondendo a um acréscimo de 35,6 M€, enquanto que no segmento Consumer Healthcare a variação foi de +13,5% correspondendo a um acréscimo de +15,7 M€.

Rui Sebastião
Market Intelligence & Analytics
rui.sebastiao@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.

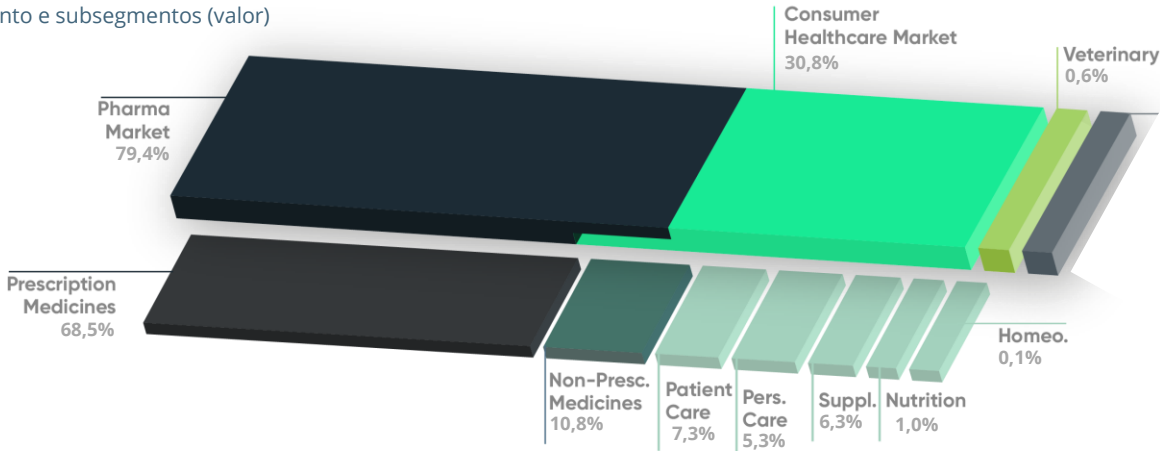
This information is what takes us further and provides greater meaning to the data and numbers that are used to analyse the market in the most efficient manner possible.

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

Mercado Total

Dinâmica do canal Farmácia

Outubro'24
Peso por segmento e subsegmentos (valor)



Dinâmica do canal Farmácia

Por subsegmentos

October 2024

YTD October 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	430,4	100,0%	11,9%	33,2	100,0%	8,6%	4 013,1	100,0%	7,2%	314,7	100,0%	4,1%
Pharma Market	341,6	79,4%	11,6%	27,6	83,0%	9,4%	3 153,9	78,6%	6,7%	258,6	82,2%	4,4%
Consumer Healthcare	132,8	30,8%	13,5%	10,0	30,1%	6,7%	1 275,9	31,8%	9,5%	98,1	31,2%	4,2%
Prescription Medicines	295,0	68,5%	11,4%	23,1	69,4%	9,6%	2 707,3	67,5%	6,1%	214,9	68,3%	4,1%
Branded	210,8	49,0%	7,5%	13,2	39,8%	7,3%	1 938,0	48,3%	2,5%	123,4	39,2%	2,4%
Generic	84,2	19,6%	22,3%	9,8	29,6%	12,8%	769,3	19,2%	16,3%	91,6	29,1%	6,5%
Non Prescription (OTC)	46,6	10,8%	13,2%	4,5	13,6%	8,7%	446,7	11,1%	10,4%	43,6	13,9%	5,7%
Branded	43,7	10,2%	12,4%	4,1	12,4%	7,8%	419,0	10,4%	9,8%	39,9	12,7%	5,0%
Generic	2,9	0,7%	26,5%	0,4	1,1%	19,0%	27,6	0,7%	19,8%	3,7	1,2%	14,9%
Homeopathy	0,1	0,0%	19,2%	0,0	0,0%	25,0%	0,9	0,0%	9,8%	0,1	0,0%	8,8%
Nutrition	4,4	1,0%	13,8%	0,3	0,8%	4,7%	40,9	1,0%	8,7%	2,5	0,8%	4,3%
Patient Care	31,6	7,3%	9,5%	2,5	7,6%	-1,1%	304,0	7,6%	6,9%	25,4	8,1%	0,3%
Personal Care	22,8	5,3%	13,8%	1,3	4,0%	8,7%	243,5	6,1%	6,8%	14,2	4,5%	1,1%
Supplements	27,3	6,3%	18,6%	1,4	4,1%	14,8%	239,9	6,0%	14,1%	12,3	3,9%	11,2%
Veterinary	2,6	0,6%	2,5%	0,2	0,5%	-2,5%	29,9	0,7%	7,6%	1,7	0,5%	3,5%

No mês de Outubro de 2024 o mercado farmacêutico registou uma variação de +11,9% no Sell Out em valor e +8,6% em unidades, face ao mesmo mês do ano anterior.

No segmento **Pharma** registou-se uma variação de +11,6% de Sell Out em valor, correspondendo a um acréscimo de +35,6 M€. Em volume, a variação foi de +6,7%, representando +2,4 M unidades.

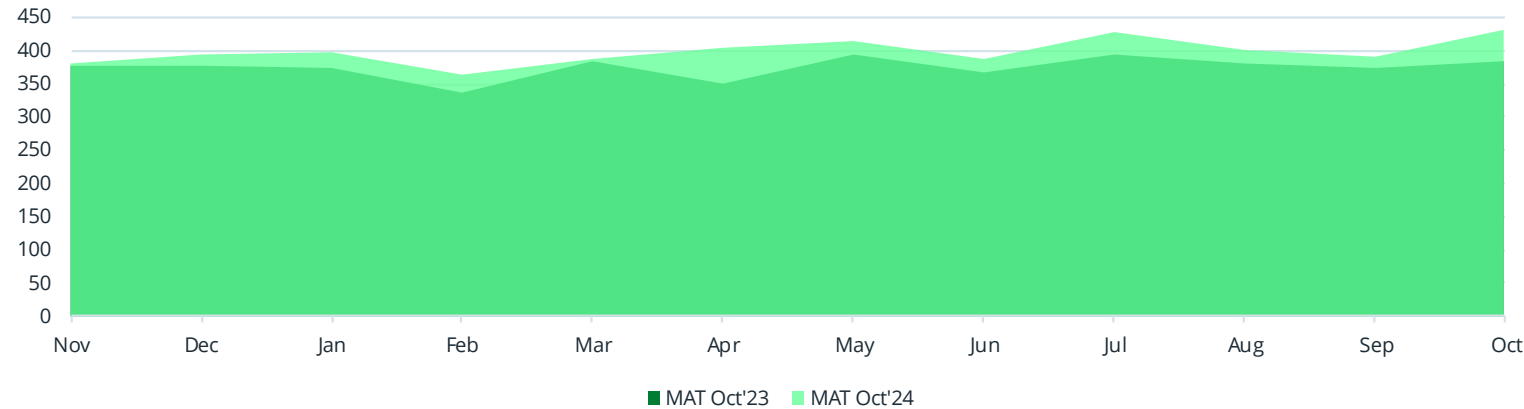
O segmento **Consumer Healthcare** apresentou, em valor, uma variação de +13,5% correspondendo a +15,7 M€ e em volume uma variação de +6,7%, representando +0,6 M unidades.

Destaques para o subsegmento **Non Prescription (OTC) – Generic** com uma variação de +26,5% em valor e +19,0% em volume.

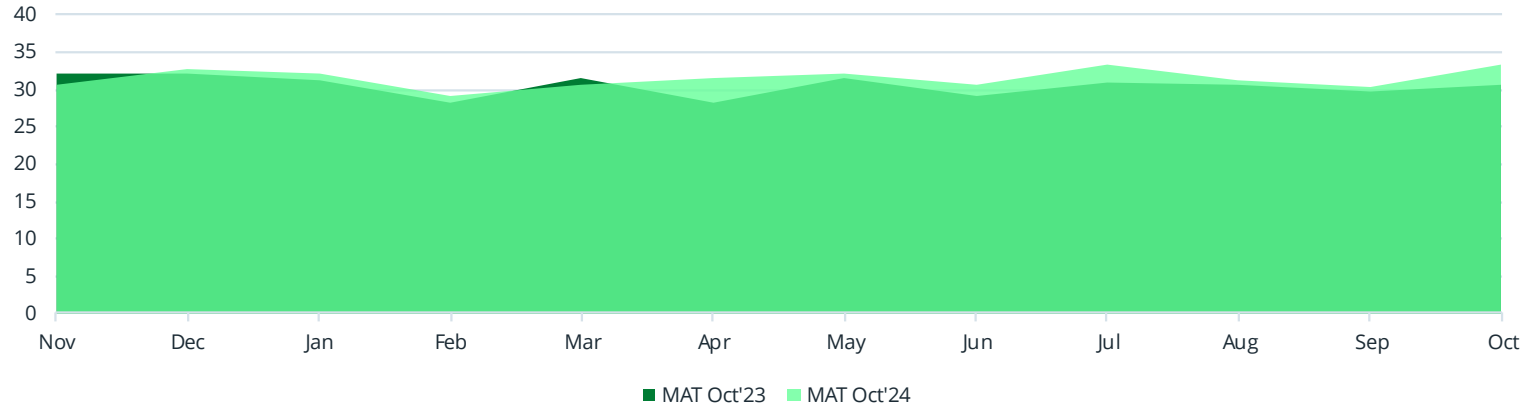
O comportamento do mercado, no YTD Outubro'24, apresenta uma tendência de variação positiva em valor e em volume, com uma variação de +7,2% e +4,1%, respetivamente.

Mercado Total

Evolução mensal em valor
Novembro'22 – Outubro'24



Evolução mensal em volume
Novembro'22 – Outubro'24



Regista-se uma variação face ao mês de Outubro'24 de 9,7% e de 9,6% 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 Outubro'24) o mercado apresenta uma variação em valor de +285,4 M€ (+6,3%) comparativamente com o período homólogo, e em volume de +11,43 M unidades (+3,1%).

Maiores variações absolutas em valor | YTD Outubro'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)	49,26	25,9%
2	8	C10C - Associações entre reguladores de lípidos	12,14	17,5%
3	6	N02B - Analgésicos não narcóticos e antipiréticos	11,79	11,4%
4	3	N06A - Antidepressivos e estabilizadores do humor	11,53	9,3%
5	5	C10A - Reguladores do colesterol e triglicerídeos	9,95	9,1%

Marcas

rank var abs	rank valor	Marca	Var. Abs. M €	Var.
1	10	Apixabano Teva	27,79	>1000%
2	1	Forxiga	11,49	23,1%
3	3	Jardiance	8,40	22,5%
4	4	Lixiana	7,26	20,5%
5	2	Xigduo	6,76	17,1%

Em YTD Outubro'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 +49,26 M€ (+25,9%) face ao período homólogo. As marcas **Forxiga®** e **Jardiance®** revelam-se importantes alavancas deste crescimento, com variações em valor de +11,49 M€ e +8,40 M€, respetivamente, que corresponde a uma variação positiva de +23,1% e +22,5% 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 +1,27 M Unid face ao período homólogo (+5,3% em termos relativos).

Maiores variações absolutas em unidades | YTD Outubro'24

Classes ATC3

rank var abs	rank volume	ATC3	Var. Abs. M Unid	Var.
1	1	N02B - Analgésicos não narcóticos e antipiréticos	1,27	5,3%
2	12	A10P - Antidiabéticos inibidores do co-transportador de sódio e glucose 2 (SGLT2)	1,07	25,4%
3	2	C10A - Reguladores do colesterol e triglicerídeos	0,79	5,8%
4	8	R06A - Anti-histamínicos sistémicos	0,71	12,0%
5	3	N06A - Antidepressivos e estabilizadores do humor	0,67	5,9%

Marcas

rank var abs	rank volume	Marca	Var. Abs. M Unid	Var.
1	28	Apixabano Teva	0,77	>1000%
2	1	Ben-u-ron	0,29	3,3%
3	9	Forxiga	0,27	23,1%
4	53	Ilvico	0,22	61,4%
5	159	Tapentadol Krka	0,22	225,2%

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 +1,07 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 +0,77 M Unid.

PHARMACY MARKET WATCH- OUTUBRO 2024

Pharma Market | Generic

Maiores variações absolutas em valor | YTD Outubro'24

DCIs

rank var abs	rank valor	DCI	Var. Abs. M €	Var.
1	2	Apixabano	35,24	>1000%
2	14	Rivaroxabano	11,34	-
3	23	Tapentadol	7,69	532,6%
4	1	Atorvastatina	5,54	14,4%
5	57	Dabigatran etexilato	4,27	-

Maiores variações absolutas em unidades | YTD Outubro'24

DCIs

rank var abs	rank volume	DCI	Var. Abs. M Unid	Var.
1	23	Apixabano	0,98	>1000%
2	1	Atorvastatina	0,50	7,7%
3	50	Tapentadol	0,46	480,9%
4	60	Rivaroxabano	0,43	-
5	4	Rosuvastatina	0,32	15,2%

Marcas

rank var abs	rank valor	Marca	Var. Abs. M €	Var.
1	1	Apixabano Teva	27,79	>1000%
2	3	Apixabano Mylan	6,43	-
3	10	Rivaroxabano Viatris	4,00	-
4	5	Tapentadol Krka	3,82	264,5%
5	14	Rivaroxabano Zentiva	3,61	-

Marcas

rank var abs	rank volume	Marca	Var. Abs. M Unid	Var.
1	8	Apixabano Teva	0,77	>1000%
2	34	Tapentadol Krka	0,22	225,2%
3	1	Atorvastatina Teva	0,21	14,6%
4	11	Bisoprolol Aurobindo	0,19	50,3%
5	104	Apixabano Mylan	0,18	-



No TOP 5 de DCIs de medicamentos genéricos com crescimento absoluto em valor mais acentuado em YTD Outubro'24 encontram-se o Apixabano e o Rivaroxabano, que neste período cresceram respetivamente +35,24 M€ e +11,34 M€ face ao período homólogo.

Destaque para o **Apixabano Teva®** que apresenta crescimento absoluto no mercado de +27,79 M€.

No TOP 5 de DCIs com maiores variações absolutas em volume encontra-se na primeira posição o Apixabano, com uma variação de +0,98 M Unid. Em segundo lugar no ranking de moléculas com maior variação absoluta em volume encontra-se o Atorvastatina com +0,5 M Unid.



Maiores variações absolutas em valor | YTD Outubro'24

Classes HMR

rank var abs	rank valor	HMR3	Var. Abs. M €	Var.
1	3	H02.11 - Analgésicos e Antipiréticos	6,17	16,6%
2	1	H26.4.12. - Medição de glicose contínua	5,57	12,3%
3	10	H014.1 - Antigripais	4,84	20,8%
4	15	H05.4.1 - Suplementos Magnésio	3,72	20,0%
5	14	H0111 - Expectorantes	3,58	18,8%

Maiores variações absolutas em unidades | YTD Outubro'24

Classes HMR

rank var abs	rank volume	HMR3	Var. Abs. M Unid	Var.
1	1	H02.11 - Analgésicos e Antipiréticos	0,66	10,5%
2	5	H014.1 - Antigripais	0,39	16,3%
3	6	H0111 - Expectorantes	0,31	14,6%
4	13	H04.2.5. - Antidiarreicos	0,21	15,4%
5	21	H0115. - Alívio da tosse seca e produtiva	0,19	19,9%

Marcas

rank var abs	rank valor	Marca	Var. Abs. M €	Var.
1	1	Freestyle	5,04	10,0%
2	40	Dioflav	3,21	155,3%
3	44	Ilvico	194	62,0%
4	8	La Roche Posay	186	16,1%
5	11	Strepten	175	22,6%

Marcas

rank var abs	rank volume	Marca	Var. Abs. M Unid	Var.
1	21	Ilvico	0,22	614%
2	106	Fluorecare	0,22	>1000%
3	87	Dioflav	0,14	115,0%
4	7	Strepten	0,14	17,4%
5	93	Boiron	0,14	112,7%

No TOP 5 de classes HMR3 do segmento Consumer Health com maior crescimento em valor em YTD Outubro'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 +6,17M€ (+16,6%) e +5,57 M€ (+12,1%), respectivamente.

Entre as marcas com maior variação absoluta em YTD Outubro'24 destaque para o **Freestyle®** com um crescimento de +10,0% face ao período homólogo.

No TOP 5 de classes HMR3 do segmento Consumer Health com maior crescimento em volume em YTD Outubro'24 salientam-se as classes “H02.1.1. - Analgésicos e Antipiréticos” e “H01.4.1. - Antigripais” com um crescimento face ao período homólogo de +0,66 M Unid (+10,5%) e +0,39 M Unid (+16,3%), respectivamente.

Entre as marcas com maior variação absoluta em YTD Outubro'24 destaque para o **Ilvico®** com um crescimento de +61,4% face ao período homólogo.

Consumer Health Market | TOP3 Marcas (1/2)



OTCs em valor

YTD Outubro'24

Rank var abs	Rank Valor	Marca	Var. Abs. €	Var.
1	14	Dioflav	3 207 295	155,3%
2	17	Ilvico	1938 598	62,0%
3	4	Streptfen	1749 243	22,6%

Supplements em valor

YTD Outubro'24

Rank var abs	Rank Valor	Marca	Var. Abs. €	Var.
1	3	Grintuss	1 194 163	20,4%
2	7	Atyflor	1 143 791	25,9%
3	1	Centrum	1 005 747	11,1%

Personal Care em valor

YTD Outubro'24

Rank var abs	Rank Valor	Marca	Var. Abs. €	Var.
1	5	La Roche Posay	1818 393	15,8%
2	9	SVR	1472 826	22,3%
3	6	Caudalie	1214 432	14,8%

OTCs em unidades

YTD Outubro'24

Rank var abs	Rank Volume	Marca	Var. Abs. Unid	Var.
1	11	Ilvico	223 398	614%
2	48	Dioflav	139 103	115,0%
3	4	Streptfen	138 604	17,4%

Supplements em unidades

YTD Outubro'24

Rank var abs	Rank Volume	Marca	Var. Abs. Unid	Var.
1	16	Herby	122 077	902,1%
2	1	Grintuss	64 774	15,4%
3	4	Atyflor	59 099	20,9%

Personal Care em unidades

YTD Outubro'24

Rank var abs	Rank Volume	Marca	Var. Abs. Unid	Var.
1	12	Curaprox	65 923	26,8%
2	7	SVR	61419	17,5%
3	6	La Roche Posay	47 982	9,4%

OTC

No TOP 3 marcas do segmento OTC com maiores variações absolutas em YTD Outubro'24 vs homólogo, o **Dioflav®** apresenta uma evolução positiva em valor (crescimento de +155,3%, +1,94 M€). Segue-se o **Ilvico®** com crescimento em valor de +62,0%, face ao período homólogo.

Destaca-se ainda o **Streptfen®** com crescimento em valor de +22,6%, face ao período homólogo.

SUPPLEMENTS

Dentro do TOP 3 de variação absoluta verifica-se o maior crescimento em valor da marca **Grintuss®** (+20,4%). 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 +1,82 M€ (+15,8%) face ao período homólogo, seguindo-se a marca **SVR®** com um crescimento de cerca de 1,47 M€ (+22,3%).

A marca **Curaprox®** ocupa a primeira posição no TOP3 marcas com maiores variações absolutas em unidades, com um crescimento de +26,8%.

Consumer Health Market | TOP3 Marcas (2/2)



Patient Care em valor

YTD Outubro'24

Rank var abs	Rank Valor	Marca	Var. Abs. €	Var.
1	1	Freestyle	5 044 437	10,0%
2	7	Fisiocrem	1716 967	51,7%
3	69	Fluorecare	847 256	>1000%

Nutrition em valor

YTD Outubro'24

Rank var abs	Rank Valor	Marca	Var. Abs. €	Var.
1	3	Fortimel	1153 088	43,9%
2	4	Resource	559 601	18,6%
3	10	Meritene	387 737	55,6%

Homeopathy em valor

YTD Outubro'24

Rank var abs	Rank Valor	Marca	Var. Abs. €	Var.
1	1	Boiron	11204	31,0%
2	4	Spascupreel	3 019	179,2%
3	5	Vertigoheel	973	46,7%

Patient Care em unidades

YTD Outubro'24

Rank var abs	Rank Volume	Marca	Var. Abs. Unid	Var.
1	21	Fluorecare	217 221	>1000%
2	32	Boiron	128 682	362,0%
3	1	Alvita	123 408	8,9%

Nutrition em unidades

YTD Outubro'24

Rank var abs	Rank Volume	Marca	Var. Abs. Unid	Var.
1	3	Fortimel	64 453	39,1%
2	10	Blédina	54 128	289,8%
3	7	Resource	23 369	12,4%

Homeopathy em unidades

YTD Outubro'24

Rank var abs	Rank Volume	Marca	Var. Abs. Unid	Var.
1	1	Boiron	2308	29,0%
2	3	Spascupreel	199	170,1%
3	5	Vertigoheel	56	42,1%

PATIENT CARE

A marca **Freestyle**® regista a primeira posição em valor com uma variação de +5,4 M€ (+10,0%).

A marca **Fluorecare**® encontra-se na primeira posição em volume, apresentando uma variação de +0,22 M Unid.

NUTRITION

No TOP 3 das marcas com maiores variações absolutas em YTD Outubro'24, em valor, a marca **Fortimel**® apresenta a maior variação positiva em valor (+43,9%).

A marca **Resource**® ocupa a segunda posição do TOP 3 de marcas com maiores variações em valor em YTD Outubro'24 com +18,6% face ao homólogo, seguida da marca **Meritene**® que apresenta uma variação de +55,6%.

HOMEOPATHY

As marcas identificadas com maiores variações positivas em YTD Outubro'24 são as seguintes: **Boiron**® (+31,0% em valor), seguida da **Spascupreel**® (+179,2% em valor). A marca **Vertigoheel**® ocupa a terceira posição no TOP 3 das marcas com maior variação absoluta em valor (+46,7%).

A marca **Boiron**® ocupa a primeira posição no TOP 3 das marcas com maior variação absoluta em unidades (+29,0%).

Âmbito

Evolução mensal do Mercado de Farmácia em Portugal

Periodicidade

Mensal

Períodos Analisados

Meses – Novembro'22 a Outubro'24

Ano Móvel – MAT Outubro/23 e MAT Outubro/24

Year to date – YTD Outubro/23 e YTD Outubro/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 Outubro.

- **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