

# ÖFFNUNG DES FRANZÖSISCHEN APOTHEKENMARKTES



Der historisch stark regulierte französische Apothekenmarkt steht vor dem Umbruch

Der französische Apothekenmarkt ist geprägt von staatlichen Regulierungen. Neben dem Verbot von Apothekenketten sowie Einschränkungen im Versandhandel sind besonders Preisregulierungen für erstattungsfähige Produkte von großer Bedeutung. Um den Herausforderungen des französischen Gesundheitssystems gerecht zu werden, werden die Forderungen nach einer Liberalisierung der Apothekenlandschaft zunehmend stärker. Mittelfristig steht der Markt vor großen Veränderungen – französische, aber auch deutsche Unternehmen müssen sich neu positionieren.

## Stabile Rahmenbedingungen, Corona-bedingter Wirtschaftseinbruch

Als siebtgrößte Wirtschaftsnation ist Frankreich eines der führenden Länder in der Europäischen Union. Das Einkommensniveau und der Lebensstandard der französischen Gesellschaft gehört weltweit zu den höchsten. Die wirtschaftliche Maxime des Landes basiert auf der regulierten Marktwirtschaft, die auf Wettbewerb und sozialen Ausgleich zielt. Das Unternehmertum wird durch zahlreiche Großunternehmen wie L'Oréal oder Sanofi geprägt. Insgesamt belegt Frankreich Platz 32 im weltweiten „Ease of Doing Business Index“ und bietet somit gute Rahmenbedingungen für unternehmerische Tätigkeiten.

Die wirtschaftliche Entwicklung Frankreichs wird derzeit stark durch die Covid-19-Krise beeinflusst. Im Laufe des Vorjahres hatten Lockdown-Maßnahmen zur Eindämmung der Pandemie einen wirtschaftlichen Einbruch zur Folge. Im zweiten Quartal 2020 brach das Bruttoinlandsprodukt um knapp 19% gegenüber dem Vorjahr ein. Umfassende Konjunkturprogramme und Hilfsmaßnahmen in Höhe von 120 Milliarden Euro konnten eine Insolvenzwelle sowie einen starken Anstieg der Arbeitslosigkeit abwenden. Insgesamt reduzierte sich das BIP Frankreichs im Jahr 2020 um knapp 8%. Auch in Deutschland führten die Corona-Maßnahmen zu einem Wirtschaftseinbruch. Dieser fiel mit einem BIP-Rückgang von 5% jedoch weniger stark aus.

## Hohe Gesundheitsausgaben

Die laufenden Gesundheitsausgaben in Frankreich entsprachen 2020 rund 11,7% des Bruttoinlandsprodukts und liegen damit im europäischen Vergleich zusammen mit Deutschland (11,3%) am höchsten. Auch hinsichtlich der Kaufkraft pro Kopf sowie der Einkommensverteilung ähneln sich beide Länder. In Frankreich liegt die Kaufkraft pro Kopf bei 19.404 Euro bzw. in Deutschland bei 23.766 Euro und somit deutlich über der durchschnittlichen Kaufkraft pro Kopf (13.894 Euro) in der EU. Mit einem GINI-Koeffizienten von 29,2 (Frankreich) und 29,7 (Deutschland) befinden sich beide Länder leicht unter dem Durchschnittswert innerhalb der EU (30,2).

## GESELLSCHAFT UND WIRTSCHAFT



Bevölkerung	65,3 Mio.	83,8 Mio.
BIP	€ 2,323 Mrd.	€ 3,307 Mrd.
(pro Kopf)	(€ 34,341)	(€ 39,772)
Kaufkraft pro Einwohner	19,404	23,776
Arbeitslosenquote	8,5%	4,0%
Einkommensverteilung (Gini-Index)	29,2%	29,7%
Gesundheitsausgaben (in % vom BIP)	11,7%	11,3%

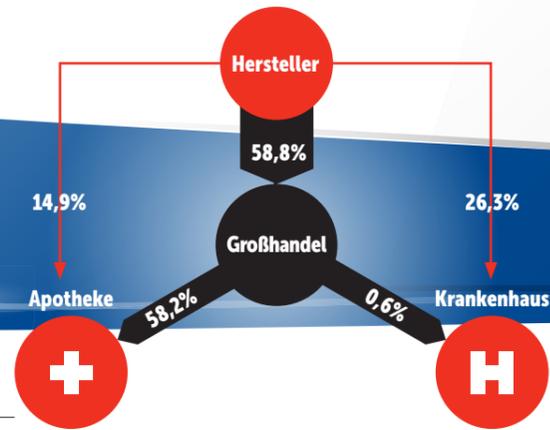
## INTERNETNUTZUNG

Anzahl Internetnutzer	52,3 Mio.	66,0 Mio.
Internetzugang	90%	96%
Tägliche Nutzung	77%	72%
E-Commerce Marktvolumen	€ 52,2 Mrd.	€ 84,1 Mrd.
E-Commerce Nutzer	48,5 Mio.	64,6 Mio.

## TOP 5 PHARMAUNTERNEHMEN IN FRANKREICH UMSATZ 2019

Sanofi	2,13
Servier	2,05
Bayer HC SAS	1,13
Janssen Cilag	1,12
Mylan	0,91

in Mrd. Euro



**PRODUKTKREISLAUF IM FRANZÖSISCHEN PHARMAMARKT**

**Gesundheitspolitik Frankreich**

In Frankreich werden die Versorgung, die Finanzierung und die Organisation des Gesundheitssystems vorrangig zentral durch den Staat und die gesetzliche Krankenversicherung reguliert. Die Krankenversicherung ist neben der Familien-, der Renten- und der Unfallversicherung eines von vier Elementen der französischen Sozialversicherung. Diese steht insgesamt auf drei zentralen Säulen bzw. Versicherungsregimen: Allgemeine Sozialversicherung, landwirtschaftliche Sozialversicherung und Sozialversicherung für Selbständige und unabhängige Professionen. Jedes Versicherungsregime ist dabei in einer eigenen zentralen Dachkrankenkasse mit zahlreichen lokalen und regionalen Untergliederungen organisiert. Seit der Gesundheitsreform im Jahr 2004 sind diese Kassen unter dem Dach einer neuen gemeinsamen Organisation (UNCAM) zusammengefasst, die wichtige Funktionen zur Mitwirkung der Krankenkassen an der politischen Steuerung des Gesundheitswesens koordiniert.

Seit 2004 ist die Wahl des behandelnden Arztes für jeden Versicherten obligatorisch; Kosten für ärztliche Behandlungen bzw. Medikamente können erstattet werden. Die Finanzierung findet über ein Pflicht- und Zusatzversicherungssystem statt. Die obligatorischen Grundsysteme der Krankenversicherungen zeichnen sich durch eine Pflichtmitgliedschaft mit einkommensabhängigen Beiträgen ab. Durch eine Zusatzversicherung können weitere Gesundheitsabgaben abgedeckt werden. Je nach Versicherungslage werden dann verordnete Medikamente ganz oder teilweise von der Krankenkasse übernommen. Der Umsatz der Pharmaindustrie im Jahr 2019 betrug knapp 60 Mrd. €. Im französischen Apothekenmarkt wurde im gleichen Jahr ein Umsatz von 21,2 Mrd. € (HAP exkl. Steuern) erzielt – dies entspricht einem Wachstum von 1,9% gegenüber dem Vorjahr.

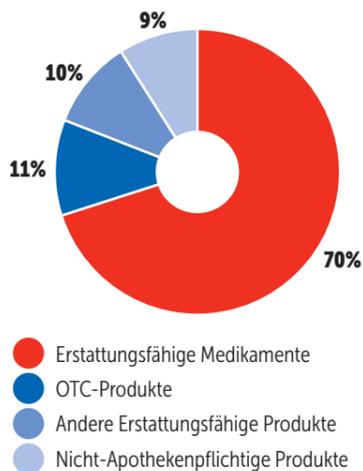
**Günstige Medikamente und teure Kosmetikprodukte**

Im Gegensatz zu Deutschland werden erstattungsfähige Medikamente, die sowohl verschreibungspflichtig als auch nicht verschreibungspflichtig sind, durch den Staat preislich reguliert. Seit 1994 wird dafür ein zweistufiges Verfahren zur Erstattung und Preisfindung angewendet: Zunächst wird aufgrund einer generellen Bewertung des therapeutischen Nutzens (SMR – Service Médical Rendu) über die Erstattungsfähigkeit eines Produktes entschieden und daraufhin festgestellt, wie hoch der Zusatznutzen des erstattungsfähigen Präparates im Vergleich zu anderen Therapieoptionen ist. Aufgrund dessen wird es einer von fünf Nutzenkategorien zugeordnet (ASMR – Amélioration du Service Médical Rendu), die von „keine Verbesserung“ bis hin zu „wesentlicher therapeutischer Fortschritt“ reichen. Diese Zuordnung bildet dann die Basis für die Preisverhandlungen des Herstellers mit dem staatlichen Wirtschaftskomitee für Gesundheitsprodukte (CEPS – Comité Economique des Produits de Santé). Seit 2021 werden nach Empfehlung der obersten Gesundheitsbehörde Frankreichs homöopathische Arzneimittel nicht mehr von der nationalen Krankenversicherung erstattet.

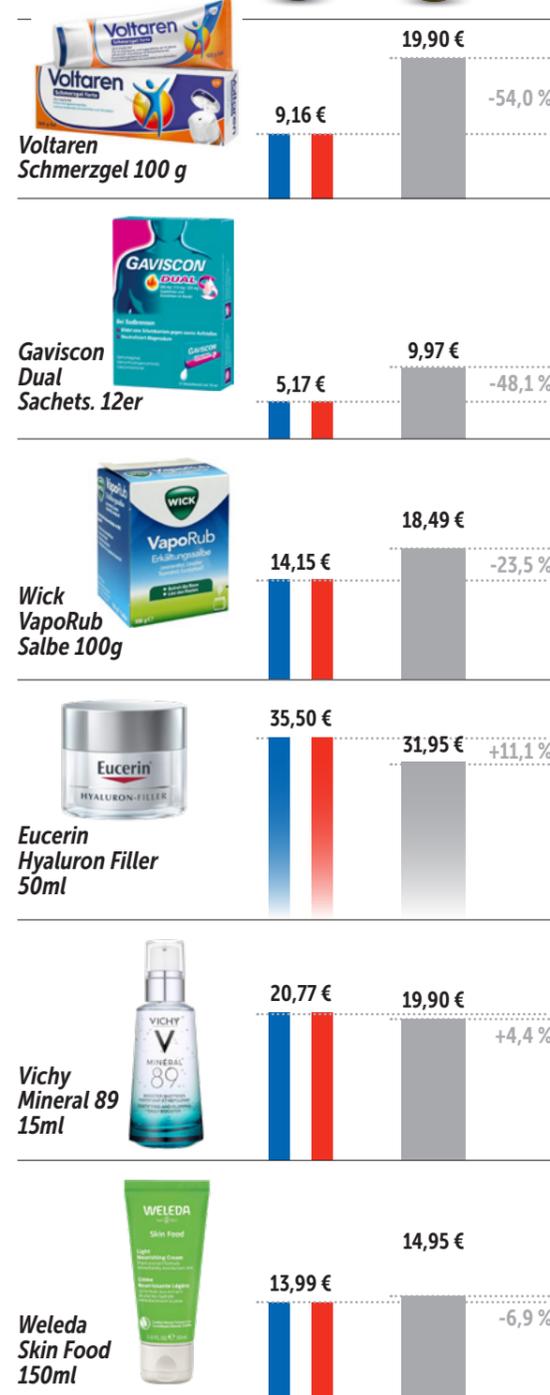
**Frankreich versus Deutschland**

Welche Auswirkungen die staatlichen Preisregulierungen auf den Apothekenmarkt haben, wird in der folgenden Preisanalyse zwischen Frankreich und Deutschland dargestellt: Drei erstattungsfähige OTC-Produkte sowie drei Kosmetikprodukte zum Apothekenverkaufspreis werden verglichen. Mit Blick auf die OTC-Produkte ist ein deutlicher Preisunterschied zwischen den Ländern zu erkennen. In Frankreich liegt der Preis für ein OTC-Produkt zwischen 24% und 54% unter dem deutschen Preisniveau. Aufgrund der staatlichen Preisregulierungen gilt Frankreich als eines der günstigen EU-Länder, was Medikamente betrifft. Ebenso beträgt die Mehrwertsteuer für erstattungsfähige Arzneimittel lediglich 2,1%, während in Deutschland der Mehrwertsteuersatz für Arzneimittel bei 19% liegt. Kosmetikprodukte werden in Frankreich nicht erstattet bzw. preislich reguliert.

**APOTHEKEN-UMSATZVERTEILUNG (2017)**



**PREISANALYSE (AVP)**



Produkte wie Eucerin (+11,1%) oder Vichy (+4,4%) haben einen höheren Preis als in Deutschland. Lediglich Weleda Skin Food wird in Deutschland mit 14,95 € zu einem höheren Preis verkauft. Insgesamt verzeichnet der französische Markt ein deutlich höheres Preisniveau im Kosmetikbereich.

**Staatlich regulierter Apothekenmarkt**

In Frankreich dürfen nur Apotheker eine Apotheke betreiben und die Anwesenheit eines Apothekers innerhalb der Öffnungszeiten ist Pflicht. Wie in vielen anderen EU-Ländern sind Apothekenketten verboten, jedoch darf ein Apotheker neben seiner Hauptapotheke bis zu drei Nebenfilialen führen. Außerdem wird der Apothekenmarkt auch durch territoriale Regulierungen beeinflusst. Für die Öffnung oder Umsiedlung einer Apotheke ist eine Bevölkerungsmindestanzahl von 2.500 Einwohner in der betroffenen Gemeinde erforderlich. Ist dort bereits eine Apotheke angesiedelt, ist eine Bevölkerungsanzahl von über 7.000 notwendig, um eine weitere Apotheke zu eröffnen.

**Zweithöchste Apothekendichte in Europa**

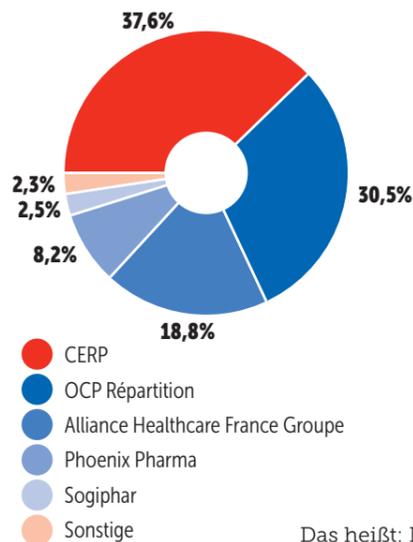
Trotz der staatlichen Regulierungen weist Frankreich nach Spanien die höchste Anzahl an Apotheken auf. Mit 20.061 Apotheken hat Frankreich eine Apothekendichte von 3.100 Einwohner pro Apotheke. 97% der Franzosen leben weniger als 10 Minuten von der nächsten Apotheke entfernt. In Deutschland gab es in 2020 (bei einer deutlich größeren Bevölkerung) nur 18.753 Apotheken, was einer Apothekendichte von 4.469 Einwohnern pro Apotheke entspricht. Bei der Gesamtzahl der Apotheken zeichnet sich in Frankreich ein negativer Trend ab. Im Vorjahresvergleich reduziert sich die Apothekenanzahl um 1,0%, zu 2019 um 2,7%.

**Starker Großhandel**

Der Großhandel liefert in Frankreich knapp 80% der Arzneimittel an die Apotheken. Der Markt ist dabei in 5 Großhändler unterteilt, die für 97,7% des pharmazeutischen Großhandels stehen. Marktführer ist die CERP-Group mit einem Marktanteil von 37,6%, gefolgt von OCP Répartition (30,5%) und Alliance Healthcare France (18,8%).



**MARKTANTEILE DES GROSSHANDELS (2018, BASIS: EURO)**



**Versandhandel mit geringem Marktanteil**

Wie auch in Deutschland spielt der Versandhandel in Frankreich eine bedeutende Rolle. 74% der Franzosen kaufen mittlerweile auch online ihre gewünschten Produkte ein. Der E-Commerce Markt hatte 2020 ein Umsatzvolumen von knapp 52 Mrd. €. Seit 2013 ist der Verkauf von nicht verschreibungspflichtigen Arzneimitteln auch über das Internet erlaubt; dieser wird aber aufgrund des erheblichen regulatorischen Aufwands nur begrenzt von Apothekern angenommen. Nur Apotheker mit einer stationären Apotheke bekommen den Versandhandel von den Behörden genehmigt.

Das heißt: Eine Apotheke darf einen Webshop unter eigenem Namen eröffnen und von dort OTC- und Freiwahlprodukte verkaufen. Online-Versandhändler wie beispielsweise DocMorris, die auf den ersten Blick nicht zu einer bestimmten Apotheke gehören, sind damit nicht erlaubt. Derzeit besitzen 2,3% der Apotheker eine Lizenz für einen Online-Verkauf. Lediglich 1% der OTC-Medikamente werden über den Versandhandel verkauft. Zum Vergleich: In Deutschland beträgt der Versandhandelsanteil schon ca. 20%. Shop Apotheke beliefert jedoch schon heute über ihre belgische Tochtergesellschaft französische Kunden und verzeichnet dabei stetiges Wachstum.

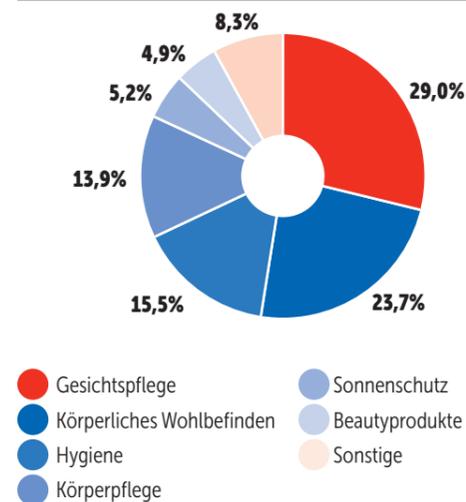
Zur Stärkung des Onlinehandels hat die Regierung 2020 eine Gesetzesvorlage eingereicht, welche den Verkauf von nicht-rezeptpflichtigen Medikamenten über Internet-Plattformen erlauben soll. Nach den Vorstellungen der Regierung sollen die Plattformen es den Apothekern ermöglichen, ihre Tätigkeiten auszubauen, um eine sichere Abgabe von Arzneimitteln zu gewährleisten. Apothekerverbände positionieren sich jedoch klar gegen das Vorhaben und befürchten eine „Überisierung der Apotheke“ und weiteren Wettbewerbsdruck durch neue Marktplayer wie Amazon.

**Zunehmender Wettbewerb**

Neben den klassischen Apotheken, mit dem Monopol auf rezeptpflichtige- und OTC-Medikamente, haben sich sogenannte Parapharmazien im französischen Markt etabliert. Diese bieten Kosmetika, Dermokosmetika, Nahrungsergänzungsmittel sowie medizinisches Zubehör an. 2018 standen diese Parapharmazien für rund 3,2 Mrd. € Umsatz. In den Segmenten Hygiene, Beauty und Dermokosmetik sind die klassischen Apotheken aber nach wie vor stark, der Marktanteil beträgt hier 78% (2017).

In den letzten Jahren sprach sich die französische Wettbewerbsbehörde jedoch wiederholt für weitreichende Liberalisierungsmaßnahmen des Apothekenmarktes aus. Neben einer Deregulierung des Versandhandels wird auch eine Abgabe von OTC-Medikamenten in Parapharmazien und Supermärkten empfohlen. Der höhere Wettbewerb soll zu verbraucherfreundlicheren Preisen führen und die Versorgung der Bevölkerung erleichtern.

**UMSATZVERTEILUNG PARAPHARMAZIEN (2019)**



<b>Verfügbarkeit und Distribution von Medikamenten</b>	Verkauf außerhalb von Apotheken erlaubt	X	X
	Versandhandel erlaubt (Rezeptpflichtige Medikamente)	X	✓
	Versandhandel erlaubt (Rezeptfreie Medikamente)	✓	✓
	Freiwahl in Apotheken erlaubt	✓	✓
	Freiwahl POS außerhalb von Apotheken erlaubt	X	X
<b>Anwesenheitspflicht Apotheker</b>	Anwesenheit eines Apothekers in der Apotheke notwendig	✓	✓
	Anwesenheit eines Apothekers außerhalb von Apotheken am POS notwendig	n/a	X
<b>Besitz von Apotheken</b>	Fremdbesitzverbot von Apotheken	✓	✓
	Mehrbesitz von Apotheken erlaubt	✓	✓
	Gesetze zur territorialen Aufteilung von Apotheken	✓	X

**Kompetenzerweiterungen für Apotheken**

Im Jahr 2019 wurde die Erstattung der Telepharmazie in öffentlichen Apotheken beschlossen. Der Apotheker wird in die Fernberatung des Arztes eingebunden und soll ihn auch bei der medizinischen Betreuung des Patienten unterstützen bzw. den Patienten bei der Umsetzung der Versorgung begleiten. Die Kosten werden von den Krankenkassen übernommen. Außerdem ist es Apothekern jetzt erlaubt, Folgeverordnungen von Rezepten durchzuführen und Grippeimpfungen in den Apotheken anzubieten.

**Potentialmarkt Frankreich**

Für deutsche Unternehmen bieten sich aufgrund mehrerer Faktoren gute Exportchancen im französischen Markt. Zwar ist derzeit das Preisniveau für Medikamente deutlich niedriger, aber Forderungen nach weitreichenden Liberalisierungsmaßnahmen bedeuten ein großes Wachstumspotential. Eine weitgehende Liberalisierung des Verkaufs von OTC-Produkten wird zu mehr Absatz auf dem französischen Markt führen.

Hier sind besonders nicht erstattungsfähige Produkte, welche keiner Preisregulierung unterliegen, für deutsche Hersteller interessant. Langfristig wird auch der Versandhandel in Frankreich an Bedeutung gewinnen. Auch hier gilt es sich frühzeitig zu positionieren, um von neuen Marktdynamiken zu profitieren. Aufgrund der weiterhin spezifischen regulatorischen Vorgaben ist jedoch bei einem geplanten Markteintritt eine ausführliche Auseinandersetzung mit den lokalen Wettbewerbsbedingungen zu empfehlen.



**CHANCEN**

1. Hohes Umsatzpotential durch starke Kaufkraft und hohe Bevölkerungszahl
2. Deregulierung des Onlinehandels ermöglicht Wachstum
3. Mögliche neue OTC-Handelskanäle in Parapharmazien und Supermärkten
4. Apothekenkanal gewinnt durch Kompetenzerweiterung des Apothekers an Bedeutung
5. NEM und Kosmetik affine Zielgruppen vorhanden

**KRITISCHE ERFOLGSFAKTOREN**

1. Hohe regulatorische Anforderungen an den Verkauf von pharmazeutischen Produkten sind zu managen
2. Geringere Medikamentenpreise aufgrund von Preisregulierungen für erstattungsfähige OTC-Produkte müssen berücksichtigt werden
3. Starke Netzwerkverknüpfung sowie enge Zusammenarbeit mit lokalen Distributoren notwendig
4. Länderspezifisches Marketing sowie französische Verpackungen zwingend
5. Fragmentierter Apothekenmarkt erfordert genaues Targeting