

PARTIE I

DROIT DE LA CONCURRENCE

L'ordonnance 03-03 a pour objet de fixer les conditions d'exercice de **la concurrence** sur le marché, de prévenir toute pratique restrictive de concurrence et de contrôler les concentrations économiques afin de stimuler l'efficacité économique et d'améliorer le bien-être des consommateurs.

1- DÉFINITION DU DROIT DE LA CONCURRENCE :

La concurrence est considérée comme un concept économique qui vise à la compétition et la rivalité entre acteurs (agents) économiques sur un marché pour attirer la clientèle.

Ainsi, le droit de la concurrence est défini comme *un ensemble de règles juridiques qui ont pour finalité la préservation de la liberté effective de la concurrence entre agents économiques sur le marché.*

2- CHAMPS D'APPLICATION DU DROIT DE LA CONCURRENCE :

Les dispositions du droit de la concurrence s'appliquent :

- **aux activités de production**, y compris agricoles et d'élevage,
- **aux activités de distribution** dont celles réalisées par les importateurs de biens pour la revente en l'état, les mandataires, les maquignons et chevillards, aux activités de services, d'artisanat et de la pêche, ainsi qu'à celles qui sont le fait de personnes morales publiques, d'associations et de corporations professionnelles, quels que soient leur statut, leur forme et leur objet ;
- **aux marchés publics**, à partir de la publication de l'avis d'appel d'offres jusqu'à l'attribution définitive du marché.

3- TERMINOLOGIE LIEE AU DROIT DE LA CONCURRENCE :

Il est entendu au sens de la présente ordonnance par :

- a) **entreprise** : toute personne physique ou morale quelle que soit sa nature, exerçant d'une manière durable des activités de production, de distribution, de services ou d'importation ;
- b) **marché** : tout marché des biens ou services concernés par une pratique restrictive, ainsi que ceux que le consommateur considère comme identiques ou substituables en raison notamment de leurs caractéristiques, de leurs prix et de l'usage auquel ils sont destinés, et la zone géographique dans laquelle sont engagées les entreprises dans l'offre des biens ou services en cause ;
- c) **position dominante** : la position permettant à une entreprise de détenir, sur le marché

en cause, une position de puissance économique qui lui donne le pouvoir de faire obstacle au maintien d'une concurrence effective, en lui fournissant la possibilité de comportements indépendants dans une mesure appréciable vis-à-vis de ses concurrents, de ses clients ou de ses fournisseurs ;

d) **état de dépendance économique** : la relation commerciale dans laquelle l'une des entreprises n'a pas de solution alternative comparable si elle souhaite refuser de contracter dans les conditions qui lui sont imposées par une autre entreprise, client ou fournisseur ;

e) **régulation** : toute mesure quelle que soit sa nature, prise par toute institution publique et visant notamment à renforcer et à garantir l'équilibre des forces du marché et le jeu de la libre concurrence, à lever les obstacles pouvant entraver son accès et son bon fonctionnement ainsi qu'à permettre l'allocation économique optimale des ressources du marché entre ses différents acteurs conformément aux dispositions de la présente ordonnance.

4- PRINCIPES DU DROIT DE LA CONCURRENCE :

A- Liberté des prix:

Les prix des biens et services sont librement déterminés conformément aux règles de la concurrence libre et probe.

Par ailleurs, la liberté des prix s'entend dans le respect des dispositions de la législation et de la réglementation en vigueur ainsi que des règles d'équité et de transparence concernant notamment :

- la structure des prix des activités de production, de distribution, de prestation de services et d'importation de biens pour la revente en l'état ;
- les marges bénéficiaires pour la production et la distribution des biens ou la prestation de services ;
- la transparence dans les pratiques commerciales.

Remarque: En application du principe de liberté des prix et de la garantie du droit de la concurrence tout en protégeant le pouvoir d'achat du consommateur algérien, il peut être procédé, par voie réglementaire, à la fixation, au plafonnement ou à l'homologation des marges et des prix de biens et services.

Les mesures de fixation, de plafonnement ou d'homologation des marges et des prix des biens et services sont prises sur la base de propositions des secteurs concernés pour les principaux motifs suivants :

- la stabilisation des niveaux de prix des biens et services de première nécessité ou de large consommation, en cas de perturbation sensible du marché ;
- la lutte contre la spéculation sous toutes ses formes et la préservation du pouvoir d'achat du consommateur.

Peuvent être également prises, dans les mêmes formes, des mesures temporaires de fixation ou de plafonnement des marges et des prix des biens et services, en cas de hausses

excessives et injustifiées des prix, provoquées, notamment, par une grave perturbation du marché, une calamité, des difficultés durables d'approvisionnement dans un secteur d'activité donné ou une zone géographique déterminée ou par des situations de monopoles naturels.

B- Les pratiques restrictives de la concurrence

Plusieurs pratiques d'entreprises sont déclarées illicites par la loi, il s'agit des pratiques suivantes.

1- Les ententes illicites :

L'entente est illicite lorsqu'elle est analysée comme un concours de volontés entre des entités (entreprises) indépendantes qui décident de coordonner leur comportement sur le marché et qu'elle a pour objet ou peut avoir pour effet d'empêcher, de restreindre ou de fausser le jeu de la libre concurrence dans un marché.

Comme a pu le souligner la commission française de la concurrence il ne peut y avoir d'entente sans un concours de volontés libres entre des entreprises juridiquement distinctes mais aussi économiquement indépendantes les unes des autres. En conséquence sont exclues :

- les ententes entre entreprises du même groupe (accords intragroupes)
- Les accords entre une entreprise et ses intermédiaires quand ces derniers interviennent pour le compte de l'entreprise (ex : accord entre l'entreprise et son agent commercial)

Pour les formes de concertation: les accords entre entreprises, les décisions d'associations d'entreprises, les pratiques concerté.

-pour l'**accord** de volonté entre entreprises, il peut être **formel** ou **tacite**, écrit ou même verbal, il peut être **horizontal** ou **vertical**.

Les exceptions :art 09

- Les accords et pratiques qui résultent de l'application d'un texte législatif ou 'n texte règlementaire pris pour son application.
- Les accords ou pratiques dont les auteurs peuvent justifier qu'ils ont pour effet d'assurer un progrès économique ou technique ou qu'ils contribuent à améliorer

l'emploi ou qui permettent aux PME de consolider leur position concurrentielle sur le marché.

2-Les abus de domination : art 07

A l'opposé des ententes qui sont des pratiques bilatérales ou multilatérales, les abus de position dominante sont en principe unilatéraux.

La position dominante est définie par l'article 03/03 comme : « la position permettant à une entreprise sur le marché en cause une position de puissance économique qui lui donne le pouvoir de faire obstacle au maintien d'une concurrence effective en lui fournissant la possibilité de comportements indépendants dans une mesure appréciable vis-à-vis de ses concurrents, de ses clients ou de ses fournisseurs »

Le critère déterminant pour qualifier une position de domination d'une entreprise est surtout sa part de marché, et pour cela on voit bien l'importance de définir (désigner) le marché pertinent.

- La position dominante n'est pas en elle-même illicite mais l'exploitation abusive de cette position et cela en limitant...art07.

Exceptions :

- Les accords et pratiques qui résultent de l'application d'un texte législatif ou d'un texte réglementaire pris pour son application.
- Les accords ou pratiques dont les auteurs peuvent justifier qu'ils ont pour effet d'assurer un progrès économique ou technique ou qu'ils contribuent à améliorer l'emploi ou qui permettent aux PME de consolider leur position concurrentielle sur le marché.

3- Abus d'état de dépendance économique :

Elle est définie dans l'art 03/d comme la relation commerciale dans laquelle l'une des entreprises n'a pas de solution alternative comparable si elle souhaite refuser de contracter dans les conditions qui lui sont imposées par une autre entreprise, client ou fournisseur »

On constate que l'effet de cette pratique ne dépasse pas l'autre entreprise, contrairement à l'abus de domination dont l'effet s'étend au marché entier ou à une partie de celui-ci.

Pour qu'il y ait abus de dépendance économique, il est nécessaire que la pratique en cause réunisse trois conditions cumulatives :

- *l'existence d'une situation de dépendance économique.
- *l'exploitation abusive de cette situation (refus de vente, la vente concomitante ou discriminatoire, la vente conditionnée par l'acquisition d'une quantité minimale, l'obligation de revente à un prix minimum...)

*une affectation du fonctionnement ou de la structure de la concurrence (estimer le seuil de sensibilité).

4- Les pratiques de prix abusivement bas :

L'infraction de pratique de prix abusivement bas n'est établie que si la pratique réunit trois conditions :

*le prix doit être entendu comme un prix de vente aux consommateurs, donc pour son utilisation personnelle, ajoute la jurisprudence que ce dernier ne dispose d'aucune expérience dans ce domaine.

*Le niveau de prix appliqué doit être insuffisant au regard des coûts de production, transformation et de commercialisation.

*Le prix proposé doit traduire une volonté d'éviction ou bien comporte une potentialité d'éviction du concurrent ou du produit concurrent.

5- Les pratiques exclusives :

A- La concession exclusive : c'est une concession commerciale dont le contrat qui en constitue l'assise renferme des clauses portant sur l'exclusivité des approvisionnements, elles sont généralement de deux sortes :

- le distributeur s'engage à fournir de manière exclusive chez un producteur.
- le contrat lie les grossistes et les détaillants dans la même branche professionnelle.

Le contrat de concession comporte souvent une exclusivité relative aux produits ou à un territoire.

En droit de la concurrence européen comme en droit français, les concession exclusives sont légal dans la mesure où elles reposent sur des relations contractuelles verticales.

B- Le contrat de franchise : C'est un contrat qui permet au franchiseur d'exploiter foncièrement sans engager des capitaux propres, un ensemble de connaissances et permet aux franchisés l'accès à des méthodes qu'ils n'auraient pu acquérir qu'après de longs efforts, et les faits profiter de la réputation du signe.

6- Les concentrations économiques :

Selon l'article 15 les concentrations économiques peuvent prendre trois formes

1-fusion d'entreprises: lorsque deux ou plusieurs entreprises antérieurement indépendantes fusionnent, et cela dans deux figures :

- Par voie de création d'une nouvelle entité (les entreprises disparaissent au profit de la nouvelle entreprise) $A + B = C$

-Par absorption : l'une des entreprises est absorbée par une autre qui hérite de son patrimoine. $A + B = A$

2-La création d'une entreprise commune :

Lorsque deux entreprises décident de mettre des moyens en commun pour l'exercice d'une activité économique en conservant chacune sa propre personnalité juridique (la nouvelle entreprise doit être contrôlée conjointement par deux ou plusieurs entreprises + fonctionner d'une manière durable + accomplir les fonctions d'une entité économique autonome) $A+B=A+B+C$

3- Par prise de contrôle : une entreprise est contrôlée par une autre entreprise lorsque cette dernière est en mesure d'exercer une influence déterminante sur l'entreprise contrôlée, soit par des actions qu'elle détient (actionnaire majoritaire) ou par des relations contractuelles ou autres moyens.

La condition d'entrave à la concurrence :

Selon les articles 17,18 de l'ordonnance 03-03, certaines concentrations peuvent porter atteinte à la concurrence en renforçant la position dominante d'une entreprise, et cela lorsque elle vise à réaliser un seuil de plus de **40%** des ventes ou achats effectués sur un marché, l'auteur de cette concentration doit la soumettre au conseil de la concurrence qui prend une décision dans un délai de trois (3) mois (autoriser ou refuser)

Autorisation de la concentration (+40%) :

1-Conseil de la concurrence.

2- Le gouvernement : dans le cas où le Conseil de la concurrence émet un refus à une concentration, le gouvernement peut l'autoriser soit par une autorisation d'office si l'intérêt général le justifie, ou à la demande des parties sur le rapport du ministre chargé du commerce et du ministre dont relève le secteur concerné par la concentration.

5- REPRESSION DES PRATIQUES ANTICONCURRENTIELLES

I. La répression administrative (le Conseil de la concurrence) :

Le Conseil de la concurrence, en vertu de la législation en vigueur, est une autorité administrative, autonome, placée auprès du ministre chargé du Commerce qui jouit de la personnalité juridique et de l'autonomie financière.

Il est composé de 12 membres nommés parmi les experts et professionnels du domaine. Il est saisi par toute personne physique ou morale qui s'estime lésée par une pratique restrictive.

Le Conseil de la concurrence **prend des décisions, donne des avis et diligente des enquêtes** à propos de toute question relevant du droit de la concurrence. Ses attributions décisionnelles principales sont les suivantes:

- adresser des injonctions motivées en vue de mettre fin à des pratiques restrictives de la concurrence
- prononcer des sanctions pécuniaires (au cas où ces injonctions demeurent lettre morte)
- prendre des mesures provisoires destinées à suspendre les pratiques restrictives ou pour parer à un préjudice imminent susceptible d'être causé à des entreprises dont les intérêts sont affectés par ces pratiques.

Le Conseil de la concurrence donne des avis sur toute question concernant la concurrence qui lui est soumise par le gouvernement.

Les collectivités locales, les institutions économiques et financières, les entreprises, les associations professionnelles et syndicales, ainsi que les associations de consommateurs sont habilitées à le saisir sur les mêmes sujets.

En outre, il donne son avis sur tout projet de texte réglementaire lié à la concurrence.

Par ailleurs, les juridictions compétentes peuvent solliciter son avis, après déroulement d'une procédure contradictoire qui a lieu devant elles.

Les décisions rendues par le Conseil de la concurrence sont notifiées pour exécution aux parties concernées par huissier de justice.

Compétences du conseil de la concurrence :

- 1) Compétences réglementaires:** il contrôle et réglemente les pratiques dans le marché, il est le gardien d'ordre public économique, il assure le bon fonctionnement de la concurrence dans le marché à travers des décisions, injonctions ...
- 2) Compétence consultatives :** il donne son avis sur toute question concernant la concurrence.
- 3) Compétences de sanction:** il sanctionne toute pratiques anticoncurrentielles par des amendes administratives. Même si le législateur fixe des limites supérieures aux sanctions, il laisse un large pouvoir d'appréciation au Conseil de la concurrence dans la fixation du montant des amendes.

II. La répression juridictionnelle:

Vu que les décisions du C.C ne prévoient aucune indemnisation, les entreprises victimes des pratiques restrictives de la concurrence peuvent saisir le C.C de sorte qu'il soit mis fin à de telle pratiques, et intenter parallèlement à l'encontre des

entreprises responsables de telles pratiques une action en réparation du préjudice subi devant les tribunaux.

PARTIE II

DROIT DE LA CONSOMMATION

Le législateur algérien accorde des droits importants aux consommateurs et les protège en vertu des dispositions de la [loi n°09-03 du 25 février 2009 relative à la protection du consommateur et à la répression des fraudes](#) au travers d'obligations qu'elle met à la charge des professionnels, vendeurs de produits et de services. Dans le cas où ces obligations ne sont pas respectées, elles entraînent de lourdes sanctions.

Il est convenu que le but du droit de la consommation est de préserver l'équilibre entre le professionnelle et les consommateurs et d'assurer la protection de ces derniers, ainsi une définition de ces deux acteurs sera inévitable pour mieux comprendre la matière.

Définition du professionnel: toute personne physique ou morale qui agit dans le cadre d'une activité habituelle et organisée de production, distribution ou de prestation de service.

C'est le caractère habituel et organisé qui fait la force du professionnel puisque dans sa spécialité il est plus compétent que le consommateur, d'où le déséquilibre qui justifie l'intervention du législateur.

Dans la loi 09-03 relative à la protection du consommateur et à la répression des fraudes le législateur utilise le terme « intervenant », qui désigne toute personne physique ou morale intervenant dans le processus de la mise à la consommation des produits.

-Dans la loi 04-02 relative aux pratiques commerciales, le législateur utilise le terme Agent économique.

-Dans la catégorie des intervenants on peut trouver les producteurs, distributeurs, prestataires des services et les vendeurs...etc.

Définition du consommateur : Au sens de la [loi n°09-03 du 25 février 2009 relative à la protection du consommateur et à la répression des fraudes](#), le consommateur est *“Toute personne physique ou morale qui acquiert, à titre onéreux ou gratuit, un bien ou un service destiné à une utilisation finale, pour son besoin propre ou pour le besoin d'une autre personne ou d'un animal dont il a la charge.”*

PROTECTION DU CONSOMMATEUR:

La protection des consommateurs repose essentiellement sur les nombreuses obligations que le législateur impose aux intervenants, notamment l'hygiène, la sécurité des produits, l'information des consommateurs, la garantie des produits et le service après-vente.

Les obligations fondamentales imposées par la [loi n°09-03 du 25 février 2009 relative à la protection du consommateur et à la répression des fraudes](#), aux vendeurs dans le but de protéger les consommateurs, ces obligations sont :

- **L'obligation d'informer le consommateur,**
- **L'obligation générale de sécurité des produits et des services,**
- **L'obligation de l'hygiène, de la salubrité et d'innocuités des denrées alimentaires,**
- **L'obligation de ne pas nuire à l'intérêt matériel du consommateur ni lui causer des préjudices moraux,**
- **L'obligation de la garantie et du service après-vente,**
- **L'obligation de la conformité des produits.**

1-Obligation d'hygiène, salubrité et d'innocuité des denrées alimentaires :

L'article 03/2 de la loi 09-03 définit **la denrée alimentaire** comme : toute substance traitée, partiellement traitée ou brute, destinée à l'alimentation humaine ou animale, englobant les boissons, la gomme à mâcher et toutes les substances utilisées dans la fabrication, la préparation et le traitement des aliments, à l'exclusion des substances employées uniquement sous forme de médicaments, de cosmétiques ou de tabacs.

Le législateur a imposé aux intervenants de respecter les conditions d'hygiène tout au long du processus d'exposition des denrées alimentaires. Il les a obligé à veiller à la propreté de ces

matières lors de la récolte et de la préparation de la matière première et leurs emplacements, pareil pour les employés, et il doit également respecter les conditions de leur propreté lors du transport et de l'exposition à l'air libre.

L'intervenant a l'obligation de mettre des denrées alimentaires sûres à la consommation et de s'assurer qu'elles ne nuisent pas à la santé du consommateur, et ceci en assurant leur sécurité lors de leur formation, ainsi que la sécurité des matériaux destinés à entrer en contact avec eux (éléments conservateur, les engrais...)

2- **Obligation de la sécurité des produits** : les intervenants doivent vérifier que le produit ou le service qui va être mis sur le marché présente la sécurité à laquelle on peut légitimement s'attendre et dans le cas contraire le rendre sure ou s'abstenir de le mettre sur le marché.

3- **Obligation de la conformité des produits** : les intervenants doivent répondre aux conditions figurants dans les recommandations techniques, aux exigences sanitaires et environnementales, ainsi qu'à l'innocuité et la sécurité qui leur sont propres.

4- **L'obligation de la garantie** : l'intervenant doit garantir la validité du produit et service pendant une certaine période qui ne doit pas être inférieure à six 06 mois (art 16 du décret exécutif 99-266 relatif à la garantie des produits et services) et lorsque le produit présente un défaut, l'intervenant doit au cours de la période de garantie fixée le remplacer, rembourser son prix, réparer le produit ou modifier la prestation à ses frais.

5- **L'obligation de l'information** : le législateur a exigé aux intervenants de fournir aux consommateurs toutes informations relatives aux produits ou services par voie d'étiquetage, de marquage ou par tout autre moyen (mode d'emploi, manuel d'utilisation...)

Ces informations concernant surtout les éléments composants du produit nature et les caractéristiques des produits et services, les prix, précaution d'emploi, date de production et d'expiration ... Toutes ces informations doivent être rédigées essentiellement en langue arabe et accessoirement dans une ou plusieurs autres langues accessibles aux consommateurs de façon lisible et indélébile.

En outre, le législateur algérien et pour protéger les consommateurs déclare

comme illicites certaines pratiques qu'on trouve dans la loi 04-02 relative aux pratiques commerciales, notamment :

- L'exercice d'une activité commerciale sans quelle ait la qualité définie par les lois en vigueur (art 14), et certaines professions nécessitent une autorisation ou un agrément (médecin, pharmacien, avocat...)
- Le refus de vente ou prestation de service sans motif légitime (art 15).
- La vente ou prestation de service concomitante (art 17).

PROTECTION JUDICIAIRE DU CONSOMMATEUR :

La violation des obligations précitées engendre une responsabilité civile et parfois pénale de l'intervenant.

a- Responsabilité civile : dans le cadre de la réforme du système juridique de protection des consommateurs, le législateur algérien a adopté des règles spéciales qui permettent à la personne lésée d'exercer plus facilement son droit vis-à-vis les intervenants en déclarant que la responsabilité civile de ces derniers est fondée sur le défaut du produit et non pas sur la faute de l'intervenant comme dans les règles générales (article 140 code civil)

Que le défaut est causé par l'intervenant ou pas, sa responsabilité est présente et indiscutable (responsabilité de plein droit)

Si l'intervenant manque à son devoir d'assurer la sécurité du consommateur, ce dernier a le droit de saisir le juge civil pour demander réparation de préjudice causé via une action en réparation, il peut également déposer une action en garantie lorsqu'il s'agit d'une violation de son obligation de garantie

b- Responsabilité pénale: la responsabilité pénale est basée sur la violation d'une obligation qui affecte les intérêts de la société.

Dans la loi relative a la protection du consommateur et à la répression des fraudes, la responsabilité pénale de l'intervenant se repose sur la faute. La violation des obligations imposées par cette loi et ses textes d'application inflige des sanctions sur l'intervenant même si cette faute est intentionnelle.

LES DEVOIRS DU CONSOMMATEUR

Le consommateur de son côté, a également des devoirs et des responsabilités, il est donc important que celui-ci soit :

- Averti : toujours prêt à s'informer pour mieux connaître les biens et services qu'il utilise,
- Actif : se défend pour sa cause tout en restant honnête et juste,
- Socialement et écologiquement responsable : il doit rester conscient et sensible à l'influence qu'il a soit par son comportement dans la société, ou aux effets que sa consommation peut engendrer à l'environnement.