



الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية



REPUBLIQUE ALGERIENNE DEMOCRATIQUE ET POPULAIRE

وزارة التجارة

MINISTERE DU COMMERCE



معجم المصطلحات المتعلقة بالمنافسة

GLOSSAIRE DES TERMES RELATIFS A LA CONCURRENCE

عربي - فرنسي

FRANÇAIS - ARABE

المعد في إطار برنامج التوأمة بين الجزائر و الاتحاد الأوروبي

ÉLABORÉ DANS LE CADRE DU JUMELAGE ENTRE L'ALGÉRIE ET
L'UNION EUROPÉENNE



نسخة رقم 01 - 2018

GLOSSAIRE

DES TERMES EMPLOYES
DANS LE DOMAINE DE LA
POLITIQUE ET DU DROIT DE
LA CONCURRENCE

معجم

المصطلحات المستعملة
في سياسة و قانون
المنافسة

Ce document a été élaboré à partir du Glossaire de la Commission européenne (Direction générale de la concurrence, Bruxelles, Juillet 2002) dans le cadre du contrat de jumelage portant sur la mise en œuvre efficiente des règles de concurrence qui a été signé entre la Commission européenne à travers trois États membres (France, Italie, Allemagne) et l'Algérie les 12 et 14 décembre 2010.

En outre, il s'inspire de l'ordonnance n°03-03 du 19 juillet 2003 modifiée et complétée relative à la concurrence qui contient à ce jour l'essentiel des dispositions relatives au droit de la concurrence en Algérie. Ce texte consolidé figure dans la rubrique « Textes réglementaires » du site du ministère du commerce.

أعدت هذه الوثيقة استنادا إلى معجم مصطلحات اللجنة الأوروبية (المديرية العامة للمنافسة، بروكسل، يوليو 2002) في إطار عقد التوأمة المتعلق بالتطبيق الفعال لقواعد المنافسة الممضى بين اللجنة الأوروبية عبر الدول الأعضاء الثلاثة (فرنسا، إيطاليا، ألمانيا) والجزائر يومي 12 و14 ديسمبر 2010.

بالإضافة إلى ذلك، يستوحى من الأمر رقم 03-03 المؤرخ في 19 يوليو عام 2003 المعدل و المتمم و المتعلق بالمنافسة، يحتوي إلى يومنا على أهم الأحكام المتعلقة بقانون المنافسة في الجزائر. هذا النص الموحد مدرج في باب "النصوص القانونية" للموقع الإلكتروني لوزارة التجارة).

INTRODUCTION AU DROIT DE LA CONCURRENCE

• Qu'est ce que la concurrence ?

La concurrence correspond à une situation dans laquelle les vendeurs d'un produit ou d'un service, pour augmenter leurs revenus, s'efforcent de proposer à leur clientèle des prix plus intéressants que ceux de leurs concurrents et/ou des produits ou des services d'une meilleure qualité.

Dans une situation de concurrence, quand une entreprise élève ses prix sans que cette augmentation ne soit justifiée par une augmentation du prix de revient ou par une amélioration de la qualité ou de la quantité du produit en cause, le consommateur se tourne vers un autre fournisseur dont les prix n'ont pas varié ; et si la première entreprise veut poursuivre son activité, elle doit ramener ses prix au niveau initial.

La concurrence permet donc au consommateur de bénéficier de prix qui sont proches des coûts de production supportés par les entreprises, augmentés d'une marge bénéficiaire qui reste raisonnable.

Pour que cette concurrence fonctionne bien et bénéficie aux consommateurs, il faut éviter que les entreprises ne se livrent à des pratiques qui leur permettent de protéger ou d'augmenter leur part de marché et leur revenus sans faire les efforts nécessaires pour baisser leurs prix, améliorer la qualité de leurs produits ou de leurs services ou pour améliorer leurs relations avec leurs clients.

مقدمة في قانون المنافسة:

• ما هي المنافسة ؟

المنافسة هي الوضعية التي يقوم فيها بائعو السلعة أو الخدمة إلى تقديم لزيائنهم أسعار أفضل من منافسيهم و / أو منتجاتهم أو خدماتهم ذات أفضل جودة و هذا من أجل زيادة أرباحهم.

في حالة المنافسة، عندما ترفع مؤسسة أسعارها دون أن تكون هذه الزيادة مبررة بارتفاع سعر التكلفة أو تحسين في نوعية أو في كمية المنتج، يتوجه المستهلك نحو مؤسسة أخرى لم تغير أسعارها ، فإذا أرادت المؤسسة الأولى مواصلة نشاطها، عليها إعادة أسعارها إلى حالتها الأولى.

تسمح المنافسة للمستهلك من الاستفادة من الأسعار الأقرب من تكاليف الإنتاج التي يمكن ان تتحملها المؤسسات، بالإضافة إلى هامش ربح معقول.

حتى تؤدي المنافسة دورها بشكل فعال وتكون مفيدة للمستهلكين ،على الشركات تفادي الممارسات التي تمكنها من حماية أو زيادة حصتها في السوق دون القيام بالمجهودات اللازمة لخفض أسعارها و تحسين نوعية سلعها أو خدماتها أو تحسين العلاقات مع زبائنهم.

La concurrence entre les fournisseurs de biens et de services, lorsqu'elle fonctionne de façon efficace, permet donc de réduire les prix, d'améliorer la qualité et la variété des produits et services offerts sur le marché.

عندما تمارس المنافسة بين موردي السلع و الخدمات بشكل فعال، فإنها تؤدي إلى بتخفيض الأسعار، تحسين النوعية و تنوع السلع و الخدمات المعروضة في السوق.

En Algérie, les services du ministère du commerce et le Conseil de la concurrence ont été investis des pouvoirs nécessaires pour contrôler le respect du droit de la concurrence et le faire appliquer de manière à garantir l'exercice d'une concurrence effective dans le marché intérieur.

في الجزائر، تملك مصالح وزارة التجارة و مجلس المنافسة الصلاحيات الضرورية لمراقبة مدى احترام قانون المنافسة و الحرص على تطبيقه و هذا لضمان ممارسة منافسة فعالة في السوق.

• **Quelles sont les pratiques qui sont susceptibles de porter atteinte au bon fonctionnement de la concurrence ?**

• ما هي الممارسات التي بإمكانها عرقلة السير الحسن للمنافسة ؟

On regroupe toutes les pratiques susceptibles de porter atteinte au bon fonctionnement de la concurrence sous l'appellation « pratiques restrictives de concurrence ». On trouve parfois d'autres expressions comme les « pratiques anticoncurrentielles » pour décrire ces pratiques et on parle souvent d'anti-trust pour décrire le dispositif qui permet de lutter contre ces pratiques. En Algérie, c'est l'expression « pratiques restrictives de concurrence » qui est le plus souvent utilisée.

تجمع كل الممارسات التي بإمكانها المساس بالسير الحسن للمنافسة تحت تسمية " الممارسات المقيدة للمنافسة ". نجد أحيانا مصطلحات أخرى لوصف هذه الممارسات مثل " الممارسات المضادة للمنافسة " وغالبا ما نتحدث عن مكافحة احتكار (anti-trust) لوصف الجهاز الذي يجمع هذه الممارسات. في الجزائر، إن مصطلح " الممارسات المقيدة للمنافسة " هو المستعمل غالبا.

Les pratiques visées sont :

- Les ententes (ou cartels) entre entreprises qui visent à obtenir un niveau de prix supérieur à celui qui résulterait d'une situation concurrentielle (cf. article 6 de l'Ordonnance modifiée et complétée n° 03-03 du 19 juillet 2003)
- Les abus de position dominante, c'est-à-dire les situations où une entreprise et parfois plusieurs entreprises, sans avoir besoin de s'entendre, disposent d'une

الممارسات المستهدفة هي :

• الاتفاقات (او الكارتلات) بين الشركات التي تهدف إلى تحقيق مستوى أعلى للسعر عن ما هو ناتج في حالة وضع تنافسي (انظر المادة 6 من الأمر رقم 03-03 المؤرخ في 19 يوليو 2003 المعدل و المتمم).

• التعسف في استعمال وضعية الهيمنة تعني الحالات التي تكون فيها مؤسسة أو عدة مؤسسات دون الحاجة للاتفاق، لها موقف قوي في السوق لتحديد أسعارهم (أو شروطهما التجارية) في مستوى أعلى

position sur le marché suffisamment puissante pour fixer leurs prix (ou leurs conditions commerciales) à un niveau supérieur à celui qui résulterait d'une situation concurrentielle (cf article 7 de l'Ordonnance modifiée et complétée n° 03-03 du 19 juillet 2003).

- Les abus de dépendance économique : ce type d'abus est le fait d'entreprises en position dominante dans leurs relations avec des opérateurs économiques qui n'ont d'autre choix que de traiter avec elles (cf. article 11 de l'Ordonnance modifiée et complétée n° 03-03 du 19 juillet 2003)
- La pratique de prix abusivement bas a pour objet d'éliminer ses concurrents pour ensuite relever ses prix au dessus d'un niveau raisonnable. (cf article 12 de l'Ordonnance modifiée et complétée n° 03-03 du 19 juillet 2003).
- Tout acte ou tout contrat conférant à une entreprise une exclusivité (cf. article 10 de l'Ordonnance modifiée et complétée n° 03-03 du 19 juillet 2003)

A ces pratiques, il convient d'ajouter les opérations de concentration qui aboutissent à la création d'une position dominante (article 15 et suivants de l'Ordonnance modifiée et complétée n° 03-03 du 19 juillet 2003) Le contrôle de ces opérations se distingue du contrôle des autres pratiques énumérées ci-dessus dans la mesure où leur contrôle est préventif et a pour objectif d'empêcher la création « artificielle » de positions dominantes qui seraient ensuite en mesure d'abuser de leur position.

A signaler enfin que ces pratiques qui sont visées par le droit de la concurrence se distinguent de nombreuses autres pratiques illicites mises en œuvre par les entreprises et qui, pour être susceptibles de causer un préjudice à d'autres entreprises et/ou aux

من تلك الناجمة عن وضع تنافسي (انظر المادة 7 من الأمر المعدل و المتمم رقم 03-03 المؤرخ في 19 يوليو 2003، المعدل و المتمم).

• التعسف في وضعية التبعية الاقتصادية : هذا النوع من التعسف هو من عمل مؤسسات مهيمنة في علاقاتها مع المتعاملين الاقتصاديين الذين ليس لهم خيار آخر سوى التعامل معها (انظر المادة 11 من الأمر المعدل و المتمم رقم 03-03 المؤرخ في 19 يوليو 2003، المعدل و المتمم).

• ممارسة أسعار منخفضة بشكل تعسفي التي هدفها هو إقصاء المنافسين لرفع الأسعار فيما بعد فوق المستوى المعقول. (انظر المادة 12 من الأمر المعدل و المتمم رقم 03-03 المؤرخ في 19 يوليو 2003 ، المعدل و المتمم).

• كل تصرف أو عقد يمنح لمؤسسة وضعية استثنائية (انظر المادة 10 من الأمر المعدل و المتمم رقم 03-03 المؤرخ في 19 يوليو 2003، المعدل و المتمم).

ينبغي الإضافة لهذه الممارسات، عمليات التجميع التي تؤدي إلى خلق وضعية هيمنة (المادة 15 و ما يليها من الأمر المعدل و المتمم رقم 03-03 المؤرخ في 19 يوليو 2003) تختلف مراقبة هذه العمليات عن رقابة الممارسات المذكورة أعلاه، لكونها مراقبة وقائية هدفها هو منع تشكيل مصطنع وضعيات هيمنة التي ستؤدي فيما بعد إلى التعسف في وضعيتها.

لإشارة في الأخير أن هذه الممارسات التي يستهدفها قانون المنافسة تختلف عن كثير عن الممارسات غير المشروعة التي تمارسها المؤسسات والتي من الممكن أن تسبب ضرر لمؤسسات أخرى و/أو للمستهلكين، دون أن يكون لها تأثير على السير العام للمنافسة في سوق معينة. تعرف هذه الممارسات

consommateurs, ne portent pas a priori une atteinte substantielle au fonctionnement global de la concurrence sur un marché donné. Ces autres pratiques sont dénommées « pratiques commerciales illicites ou déloyales » ; elles sont définies dans la loi n° 04-02 du 23 juin 2004 et sont sanctionnées par des règles de droit distinctes des règles du droit de la concurrence. On peut citer pour illustrer cette autre catégorie de pratiques :

- Le non affichage des prix
- Le refus de vente
- L'absence de facturation
- Exercice d'une activité sans les autorisations requises
- Le dénigrement
- La discrimination
- La publicité mensongère

On note que certaines pratiques commerciales (dénigrement, discrimination...) peuvent être simultanément des pratiques restrictives de concurrence. Cette dernière qualification dépendant de leur intensité et de leur impact sur le fonctionnement du marché.

الأخرى "ممارسات تجارية غير شرعية أو غير نزيهة"، و هي منصوص عليها في القانون 02-04 المؤرخ في 23 جوان 2004 ، المعدل و المتمم و المعاقب عليها بقواعد قانونية تختلف عن قواعد قانون المنافسة.

يمكن ذكر هذه الفئة من الممارسات كما يلي :

- عدم الإعلام بالأسعار؛
- رفض البيع؛
- غياب الفوترة؛
- ممارسة نشاط تجاري دون الرخص المطلوبة؛
- تشويه السمعة؛
- التمييز؛
- الإشهار التضليلي؛

و تجدر الإشارة إلى أن بعض الممارسات التجارية (تشويه السمعة والتمييز) يمكن اعتبارها ممارسات مقيدة للمنافسة، هذا التكيف الأخير يعتمد على قوتها ومدى تأثيرها على سير السوق.

A

Abus de dépendance (voir aussi : Dépendance)

Ce type d'abus est prohibé par l'article 11 de l'Ordonnance modifiée et complétée n° 03-03 du 19 juillet 2003 qui cite notamment le refus de vente, la vente discriminatoire, la fixation du prix de revente... On doit noter que les abus listés dans cet article peuvent aussi constituer des pratiques restrictives de concurrence « normales » qui sont interdites par les articles 6 et 7 de l'Ordonnance modifiée et complétée n° 03-03 du 19 juillet 2003 et qu'il est souvent plus facile de les appréhender sous cette forme que sous la forme d'abus de dépendance

Pour plus de précisions, consulter la fiche pratique « abus de dépendance économique » sur le site du ministère du commerce : www.commerce.gov.dz

Abus de position dominante (voir aussi: Position dominante)

L'abus de position dominante est prohibé par l'article 7 de l'ordonnance modifiée et complétée n° 03-03 du 19 juillet 2003. Il s'agit de pratiques commerciales anticoncurrentielles auxquelles est susceptible de se livrer une entreprise en position dominante pour conserver ou renforcer sa position sur le marché. Le droit de la concurrence interdit ce type de comportement, car il fausse la concurrence qui s'exerce entre les entreprises, porte préjudice aux consommateurs et dispense l'entreprise en position dominante de véritablement entrer en concurrence avec les autres entreprises. L'article 7 de l'Ordonnance modifiée et complétée n° 03-03 du 19 juillet 2003 donne des exemples d'abus, à savoir l'imposition de prix non équitables, la limitation des débouchés et l'application à l'égard de partenaires commerciaux de conditions inégales ou inutiles.

Pour plus de précisions, voir aussi la rubrique « Position dominante », consulter la fiche pratique « abus de position dominante » sur le site du ministère du commerce www.commerce.gov.dz

Accès au dossier du Conseil de la concurrence

L'article 30 de l'Ordonnance modifiée et complétée n° 03-03 du 19 juillet 2003 reconnaît aux parties et au ministre chargé du commerce le droit d'accéder aux dossiers instruits par le Conseil et d'en obtenir une copie. Ce droit concerne tous les documents du dossier à l'exception des documents mettant en jeu le secret des affaires. Ce droit d'accéder au dossier compte parmi les principales garanties de procédure destinées à protéger les droits de la défense.

التعسف في وضعية التبعية (أنظر أيضا : التبعية)

هذا النوع من التعسف ممنوع حسب المادة 11 من الأمر المعدل و المتم رقم 03-03 المؤرخ في 03/07/19 2003 التي تنص لا سيما على رفض البيع بدون مبرر شرعي ، البيع التمييزي، الالزام باعادة البيع بسعر ادنى . و تجدر الإشارة إلى أن أشكال التعسف المذكورة في نص هذه المادة يمكنها أيضا أن تشكل ممارسات مقيدة للمنافسة "عادية" و التي تعد محضورة حسب المواد 6 و 7 من الأمر المعدل و المتم رقم 03-03 المؤرخ في 19 يوليو 2003 المعدل و المتم. و أنه غالبا من السهل ضبطها في هذه الحالة، على عكس حالة التعسف في وضعية التبعية.

لمزيد من المعلومات تصفحوا البطاقة العملية " التعسف في التبعية الاقتصادية " على الموقع الإلكتروني لوزارة التجارة:

www.commerce.gov.dz

التعسف في وضعية الهيمنة (أنظر أيضا : وضعية هيمنة).

يحظر التعسف في وضعية الهيمنة بموجب المادة رقم 07 من الأمر رقم 03-03 المؤرخ 19 يوليو 2003 المعدل و المتم . تتمثل في الممارسات التجارية المضادة للمنافسة التي من شأنها أن تسمح لمؤسسة في وضعية هيمنة الحفاظ اول تعزيز وضعيتها في السوق، قانون المنافسة يمنع هذا النوع من السلوك، لأنه يشوه المنافسة القائمة بين المؤسسات، يلحق أضرارا بالمستهلك و يعفي المؤسسة التي هي في وضعية الهيمنة من الدخول فعليا في المنافسة مع المؤسسات الأخرى.

المادة رقم 07 من الأمر رقم 03-03 المؤرخ 19 يوليو 2003 المعدل و المتم، أوردت أمثلة عن التعسف، مثل عرقلة تحديد الاسعار حسب قواعد السوق ، الحد من الدخول في السوق، تطبيق شروط غير متكافئة لنفس الخدمات تجاه الشركاء التجاريين.

لمزيد من التوضيحات، انظر أيضا الخانة " وضعية الهيمنة "، اطلع على البطاقة العملية " التعسف في وضعية الهيمنة "، على الموقع الإلكتروني لوزارة التجارة

www.commerce.gov.dz

الاطلاع على ملف مجلس المنافسة :

تمنح المادة رقم 30 من الأمر رقم 03-03 المؤرخ في 19 يوليو 2003 المعدل و المتم، للإطراف المعنية وكذا ممثلا الوزير المكلف بالتجارة حق الاطلاع على الملف الذي تم إعداده من طرف مجلس المنافسة والحصول على نسخة منه. هذا الحق يخص كل الملفات باستثناء تلك المتضمنة أسراراً مهنية. إن الحق في الاطلاع على الملف يعد من بين الضمانات الأساسية في الإجراءات الخاصة الموجهة لحماية حق الدفاع.

Accord de recherche et de développement

Accord entre entreprises en vue de mener conjointement des activités de recherche et de développement (R & D) pour mettre en commun un savoir-faire et partager les coûts et les risques liés à l'invention de nouveaux produits. Ces accords permettent éventuellement d'accélérer la mise sur le marché de produits ou de services, d'améliorer leur qualité et/ou d'abaisser les coûts de production, encourageant ainsi le progrès technique au bénéfice des consommateurs.

Le Conseil doit prendre en compte les effets positifs de tels accords lorsqu'il analyse leurs effets sur la concurrence, notamment lorsqu'ils sont conclus entre concurrents. (cf article 9 de l'Ordonnance modifiée et complétée n° 03-03 du 19 juillet 2003)

اتفاقية البحث و التطوير:

هي اتفاقية بين مؤسسات للقيام معا بنشاطات مشتركة في البحث و التطوير من أجل توظيف معارفهم و تبادل الخبرات و تقاسم التكاليف و المخاطر المتعلقة باختراع منتجات جديدة.

هذه الاتفاقات قد تساعد في تسريع عملية تسويق السلع أو الخدمات، وتحسين نوعيتها و / أو تخفيض تكاليف الإنتاج، وبالتالي تشجيع التقدم التقني لمصلحة المستهلكين.

هي اتفاقية بين مؤسسات للقيام معا بنشاطات مشتركة في البحث و التطوير من أجل توظيف معارفهم و تبادل الخبرات و تقاسم التكاليف و المخاطر المتعلقة باختراع منتجات جديدة.

هذه الاتفاقيات تمكن من الإسراع في وتيرة وضع سلع أو خدمات في السوق، تحسين نوعيتهم و /أو خفض تكاليف الإنتاج و تشجيع التقدم التقني لفائدة المستهلكين.

على المجلس الأخذ بعين الاعتبار الآثار الإيجابية لهذه الاتفاقيات عند قيامه بتحليل آثارها على المنافسة، خاصة لما تكون مبرمة بين منافسين (المادة 9 من الأمر المعدل و المتمم رقم 03-03 المؤرخ في 19 يوليو 2003).

Accord de spécialisation

Accord entre entreprises relatif aux conditions dans lesquelles celles-ci se spécialisent dans la production d'une gamme étroite ou spécifique de biens et/ou de services. Les accords de spécialisation peuvent contribuer à améliorer la production ou la distribution de produits, étant donné que les entreprises concernées peuvent concentrer leurs activités sur la fabrication de certains produits, travailler ainsi de façon plus efficace et offrir ces produits à des prix plus avantageux. Les accords de spécialisation se répartissent en plusieurs catégories: accords en vertu desquels l'un des participants renonce en faveur d'un autre à fabriquer certains produits ou à fournir certains services («spécialisation unilatérale»), accords en vertu desquels chacun des participants renonce en faveur d'un autre à fabriquer certains produits ou à fournir certains services («spécialisation réciproque») ou encore accords aux termes desquels les participants s'engagent à fabriquer conjointement certains produits ou à fournir conjointement certains services («production conjointe»).

Le Conseil doit prendre en compte les effets positifs de tels accords lorsqu'il analyse leurs effets sur la concurrence, notamment lorsqu'ils sont conclus entre concurrents. (cf article 9 de l'Ordonnance modifiée et complétée n° 03-03 du 19 juillet 2003)

اتفاق التخصص :

اتفاقية بين المؤسسات مرتبط بالشروط التي من خلالها تخصص في إنتاج نوع محدد أو خاص من السلع و/أو الخدمات. يمكن لاتفاقيات التخصص أن تساهم في تحسين نوعية الإنتاج أو توزيع المنتجات، بالنظر إلى أن المؤسسات المعنية يمكن أن تركز نشاطها على تصنيع بعض المنتجات، وبالتالي العمل بشكل أكثر فعالية و عرض متوجاتها بأسعار أكثر تنافسية. وتنقسم اتفاقيات التخصص إلى عدة فئات:

- اتفاقات يتنازل فيها أحد المشاركين لصالح آخر لتصنيع بعض السلع أو تقديم خدمات معينة "التخصص من جانب واحد";

- اتفاقات حيث يتنازل كل مشارك لصالح آخر لتصنيع بعض السلع أو تقديم خدمات معينة "التخصص المتبادل";

- اتفاقيات حيث يتعهد المشاركون معا لتصنيع بعض السلع أو تقديم خدمات معينة بشكل مشترك "الإنتاج المشترك".

على المجلس الأخذ بعين الاعتبار الآثار الإيجابية لهذه الاتفاقيات عند قيامه بتحليل آثارها على المنافسة، خاصة لما تكون مبرمة بين منافسين (المادة 9 من الأمر المعدل و المتمم رقم 03-03 المؤرخ في 19 يوليو 2003).

الاتفاق الأفقي:

Accord horizontal

Accord entre concurrents— c'est-à-dire entre entreprises se trouvant au même niveau de la chaîne de production ou de distribution — portant par exemple sur la recherche et le développement, la production, les achats ou la commercialisation.

Les accords horizontaux peuvent restreindre la concurrence, notamment lorsqu'ils prévoient la fixation de prix ou le partage de marchés, ou encore lorsque le pouvoir de marché découlant de cette coopération horizontale produit des effets négatifs sur les prix, la production, l'innovation ou la diversité et la qualité des produits. Par ailleurs, une coopération horizontale peut être un moyen de partager les risques, de réaliser des économies de coûts, de mettre en commun un savoir-faire et de lancer des innovations sur le marché plus rapidement. Pour les petites et moyennes entreprises, en particulier, la coopération est un important moyen d'adaptation à l'évolution des marchés. (Exemple : accord entre deux producteurs ou deux distributeurs).

Le Conseil doit prendre en compte les effets positifs de tels accords lorsqu'il analyse leurs effets sur la concurrence, notamment lorsqu'ils sont conclus entre concurrents. (cf. article 9 de l'Ordonnance modifiée et complétée n° 03-03 du 19 juillet 2003)

Accord vertical

Accord ou pratique concertés conclus entre deux ou plus de deux entreprises dont chacune est située, aux fins de l'accord, à un niveau différent de la chaîne de production ou de distribution, et qui concernent les conditions dans lesquelles les parties peuvent acheter, vendre ou revendre certains biens ou services. (Exemple : accord entre un producteur et son ou ses distributeurs).

Le Conseil doit prendre en compte les effets positifs de tels accords lorsqu'il analyse leurs effets sur la concurrence, notamment lorsqu'ils sont conclus entre concurrents. (cf. article 9 de l'Ordonnance modifiée et complétée n° 03-03 du 19 juillet 2003)

Aides d'État

Les aides accordées par l'État, directement ou indirectement, à des entreprises ou organismes exerçant des activités économiques sont susceptibles de fausser le jeu de la concurrence.

L'Union européenne a mis en place une réglementation destinée à encadrer le pouvoir des États membres de distribuer ce type d'aide. Cette réglementation est distincte de la réglementation qui s'applique aux entreprises.

اتفاق بين المتنافسين، أي بين المؤسسات المتواجدة على نفس المستوى من سلسلة الإنتاج أو التوزيع - على سبيل المثال في مجال البحث، التطوير، الإنتاج والشراء أو التسويق.

يمكن للاتفاقيات الأفقية أن تقيد المنافسة، لاسيما إذا تعلق الأمر بتحديد الأسعار أو تقاسم الأسواق أو عندما يمس هذا التعاون الأفقي بالسوق وتكون لها آثار سلبية على الأسعار، الإنتاج، الابتكار أو تنوع وجودة المنتجات.

و علاوة على ذلك، يمكن للتعاون الأفقي أن يكون وسيلة لتفاسم المخاطر، و يساهم في تخفيض التكاليف، وتبادل الخبرات وإطلاق الإبداع على السوق بشكل أسرع.

بالنسبة للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة على وجه الخصوص، التعاون هو وسيلة هامة للتكيف مع تطورات الأسواق. (مثال: اتفاق بين منتجين أو موزعين).

على المجلس الأخذ بعين الاعتبار الآثار الإيجابية لهذه الاتفاقيات عند قيامه بتحليل آثارها على المنافسة، خاصة لما تكون مبرمة بين منافسين (المادة 9 من الأمر المعدل و المتمم رقم 03-03 المؤرخ في 19 يوليو 2003).

الاتفاق العمودي:

اتفاق أو ممارسة مبرم بين مؤسستين أو أكثر تعمل كل واحدة منها على حسب الاتفاق على مستويات مختلفة من سلسلة الإنتاج أو التوزيع والتي تحدد لها شروط شراء، بيع أو إعادة بيع بعض السلع أو الخدمات (مثل الاتفاق بين المنتج و موزعه أو موزعيه).

على المجلس الأخذ بعين الاعتبار الآثار الإيجابية لهذه الاتفاقيات عند قيامه بتحليل آثارها على المنافسة، خاصة لما تكون مبرمة بين منافسين (المادة 9 من الأمر المعدل و المتمم رقم 03-03 المؤرخ في 19 يوليو 2003).

مساعدات أو إعانات الدولة :

الإعانات أو المساعدات الممنوحة من طرف الدولة، المباشرة أو غير المباشرة لمؤسسات أو منظمات تمارس أنشطة اقتصادية بإمكانها الحد من المنافسة.

وضع الاتحاد الأوروبي نصوص قانونية لتأطير توزيع هذا النوع من الإعانات من طرف الدول الأعضاء. هذا التنظيم يختلف عن التنظيم الذي يطبق على المؤسسات.

Amende ou Sanction pécuniaire

Le Conseil de la concurrence a le pouvoir d'infliger une sanction pécuniaire à une entreprise pour infraction aux règles de concurrence. (Article 45 de l'Ordonnance modifiée et complétée n° 03-03 du 19 juillet 2003)

Il dispose aussi d'un pouvoir de sanction pécuniaire lorsqu'une entreprise ne respecte pas les injonctions qu'il lui a adressées (article 45 de l'Ordonnance modifiée et complétée n° 03-03 du 19 juillet 2003) ou répond de façon inexacte, incomplète ou hors délai à une demande de renseignements. (Article 59 de l'Ordonnance modifiée et complétée n° 03-03 du 19 juillet 2003)

Le montant des sanctions est fixé aux articles 56 à 62 bis 1 de l'Ordonnance modifiée et complétée n° 03-03 du 19 juillet 2003. Il peut atteindre 12% du chiffre d'affaires hors taxe réalisé en Algérie au cours du dernier exercice clos.

En outre, dans le cadre des enquêtes de concurrence menées soit par les agents du ministère du commerce, soit par les rapporteurs du Conseil de la concurrence. Ces personnels disposent des pouvoirs prévus par la loi n° 04-02 du 23 juin 2004 pour la mise en œuvre des règles applicables aux pratiques commerciales et peuvent appliquer les sanctions prévues par ce texte en cas d'opposition à contrôle.

Antitrust (voir aussi : Pratiques restrictives de concurrence)

Terme utilisé pour désigner l'administration ou les dispositions mises en place par les pouvoirs publics pour lutter contre les pratiques restrictives de concurrence

Argument de l'entreprise défaillante ou en sérieuse difficulté (voir : Concentration de sauvetage)

Astreinte

Le Conseil de la Concurrence peut, par voie de décision, infliger des astreintes afin de contraindre une entreprise à respecter les injonctions qui lui ont été faites ou à respecter les termes de mesures provisoires édictées dans une décision antérieure. (article 58 de l'Ordonnance modifiée et complétée n° 03-03 du 19 juillet 2003). Le montant d'une telle astreinte ne pourra pas être inférieur à 150 000 DA par jour de retard.

Attestation négative ou Lettre de compatibilité

Aux termes de l'article 8 de l'Ordonnance modifiée et complétée n° 03-03 du 19 juillet 2003 , le Conseil de la concurrence peut délivrer une attestation qui constate qu'il n'y a pas lieu pour lui d'intervenir à l'égard d'un accord, d'une action concertée, d'une convention ou d'une pratique qui pourraient, au premier abord, être considérée comme une entente répréhensible ou un abus de position dominante.

Les entreprises qui ont un doute sur la régularité de leur comportement peuvent adresser une demande d'attestation négative au conseil de la concurrence. Les modalités d'obtention de ce type d'attestation ont été fixées par le décret exécutif n°05-175 du 12 mai 2005.

غرامة أو عقوبة مالية

يتمكن مجلس المنافسة تسليط عقوبة أو غرامة مالية على مؤسسة قامت بمخالفة قواعد المنافسة (المادة 45 من الأمر المعدل و المتمم رقم 03-03 المؤرخ في 2003/07/19).

كما يملك سلطة فرض عقوبة مالية على مؤسسة لا تمثل للأوامر الموجهة إليها (المادة 45 من الأمر المعدل و المتمم رقم 03-03 المؤرخ في 2003/07/19). أو تجيب بصفة غير صحيحة أو بملومات ناقصة أو خارج الأجل المطلوب (المادة 59 من الأمر المعدل و المتمم رقم 03-03 المؤرخ في 2003/07/19).

مبلغ الغرامة محدد في المواد من 56 إلى 62 مكرر 1 من الأمر المعدل و المتمم رقم 03-03 المؤرخ في 2003/07/19. إذ يمكن أن يصل إلى 12% من رقم الأعمال من غير الرسوم المحقق في الجزائر خلال آخر سنة مالية مختتمة.

و في إطار التحقيقات المتعلقة بالمنافسة المنجزة من طرف أعوان وزارة التجارة أو مقرري مجلس المنافسة، يملك هؤلاء الصلاحيات الممنوحة في القانون 04-02 المؤرخ في 2004/06/23 لتطبيق الأحكام الخاصة بالممارسات التجارية و بإمكانهم تطبيق العقوبات المذكورة في النص في حالة معارضة للرقابة.

عقوبة الاحتكار (أنظر أيضا : الممارسات المقيدة للمنافسة)

يستعمل هذا المصطلح لتحديد الإدارة أو الإجراءات المتخذة من قبل السلطات العمومية لمحاربة الممارسات المقيدة للمنافسة .

حجة مؤسسة عاجزة أو مفلسة (انظر : تجميعات الإنقاذ)

غرامات تهديدية :

يمكن لمجلس المنافسة ، بموجب قرار، تسليط عقوبات تهديدية لإلزام الشركة باحترام الأوامر المفروضة عليها و مواعيد الإجراءات المؤقتة المأمور بها (المادة 58 من الأمر المعدل و المتمم رقم 03-03 المؤرخ في 2003/07/19). مبلغ الغرامة لا يمكن أن يكون أقل من 150000 دج عن كل يوم تأخير.

شهادة التصريح بعدم التدخل لمجلس المنافسة أو شهادة السلبية

طبقا للمادة 08 من الأمر المعدل و المتمم رقم 03-03 المؤرخ في 19 يوليو 2003 ، يمكن لمجلس المنافسة إصدار شهادة تنص على أنه لا داعي من تدخله في اتفاق ما، أو عملا مدبرا أو اتفاقية أو ممارسة التي بالإمكان اعتبارها اتفاق معيب أو تعسف ناتج عن وضعية هيمنة . الشركات التي لها شك في مشروعيتها تصرفها، يمكن لها توجيه طلب للحصول على شهادة تصريح بعدم التدخل لمجلس المنافسة. إجراءات الحصول على هذا النوع من الشهادات محددة من خلال المرسوم التنفيذي رقم 05-175 المؤرخ في 12 ماي 2005، الذي يحدد كفاءات الحصول على التصريح بعدم التدخل بخصوص الاتفاقات ووضعية الهيمنة على السوق.

جلسات الاستماع

Audition

Occasion pour les parties à une procédure ou pour les tiers intéressés par l'issue d'une procédure de faire connaître oralement leur point de vue.

En général, des auditions peuvent être organisées dans le cadre des procédures relatives aux pratiques restrictives de concurrence comme pour l'instruction des dossiers de concentration.

En outre, une audition peut être convoquée par la personne en charge de l'instruction à tout moment de la procédure c'est-à-dire non seulement pour entendre les réactions des parties et des personnes intéressées aux griefs qui ont été notifiés mais aussi afin de recueillir auprès de toute personne les éléments qui paraissent nécessaires à la solution d'un litige.

A cet effet, l'article 53 de l'Ordonnance modifiée et complétée n° 03-03 du 19 juillet 2003 stipule que, le cas échéant, les auditions sont convoquées par le rapporteur du conseil de la concurrence.

هي فرصة تسمح لأطراف المعنية أو للاطراف التي لها مصلحة من خلال هذا الاجراء من التعبير عن وجهة نظرهم شفويا.

عموما، يمكن عقد جلسات استماع في إطار الإجراءات المتعلقة بالممارسات المقيدة للمنافسة و كذا التحقيق في ملفات الخاصة بالتجميعات.

وبالإضافة إلى ذلك، يمكن عقد جلسة استماع يطلب من الشخص المكلف بالتحقيق في أي وقت، وهذا ليس فقط للاستماع إلى أقوال الأطراف والأشخاص المعنيين حول المآخذ الذين تم إخطارهم بشأنها بل أيضا لجمع كل العناصر الضرورية من أي شخص لحل النزاع.

وعليه فإن المادة 53 من الأمر المعدل والمتمم رقم 03-03 المؤرخ في 19 يوليو 2003 ، تنص على انه يمكن عقد جلسة استماع ، عند الاقتضاء ، يطلب من مقرر مجلس المنافسة.

Autorité de régulation

De façon très générale, une autorité de régulation est une institution à qui les pouvoirs publics ont confié la régulation de l'activité économique d'un secteur économique initialement étroitement contrôlé par l'Etat dans le but d'y renforcer et d'y garantir l'équilibre des forces du marché ainsi que le jeu de la libre concurrence. Parmi les autorités de régulation les plus importantes en Algérie, on peut citer la CREG (Commission de Régulation pour l'Electricité et le Gaz : www.creg.gov.dz) ou l'ARPT (Autorité de Régulation des Postes et Télécommunications www.arpt.dz).

L'article 3-e de l'Ordonnance modifiée et complétée n° 03-03 du 19 juillet 2003 définit la régulation de la façon suivante : « Toute mesure, quelle que soit sa nature, prise par toute institution publique et visant notamment à renforcer et garantir l'équilibre des forces du marché et le jeu de la libre concurrence.... »

Lorsque le Conseil est saisi d'une affaire ayant un rapport avec un secteur d'activité relevant du champ de compétence d'une autorité de régulation, il transmet immédiatement une copie du dossier à l'autorité de régulation concernée pour formuler son avis... ». (article 39 de l'Ordonnance modifiée et complétée n° 03-03 du 19 juillet 2003). Ces affaires sont instruites en coordination avec les services de l'autorité concernée (article 50 dernier alinéa de l'Ordonnance modifiée et complétée n° 03-03 du 19 juillet 2003).

سلطة الضبط

بصفة عامة، سلطة الضبط هي الهيئة التي خولت لها السلطات العمومية مهمة ضبط النشاط الاقتصادي في قطاع اقتصادي مراقب ابتداء من طرف الدولة بهدف تقوية وضمان توازن قوى السوق و كذا حرية المنافسة . من بين سلطات الضبط المهمة في الجزائر نذكر: لجنة ضبط الكهرباء والغاز (www.creg.gov.dz) أو سلطة الضبط للبريد والمواصلات السلكية واللاسلكية (www.arpt.dz). (l'ARPT).

تعرف المادة 03 من الأمر المعدل والمتمم رقم 03-03 المؤرخ في 2003/07/19 "الضبط" على النحو التالي:

أيا كانت طبيعته، صادر عن أية هيئة عمومية يهدف بالخصوص إلى تدعيم و ضمان توازن قوى السوق، حرية المنافسة.....".

" عندما ترفع قضية أمام مجلس المنافسة تتعلق بقطاع نشاط يدخل ضمن اختصاص سلطة ضبط، فإن المجلس يرسل فوراً نسخة من الملف إلى سلطة الضبط المعنية لإبداء الرأي....." (المادة 39 من الأمر المعدل والمتمم رقم 03-03 المؤرخ في 2003/07/19). يتم التحقيق في هذه القضايا بالتنسيق مع مصالح السلطة المعنية (المادة 50 من الأمر المعدل والمتمم رقم 03-03 المؤرخ في 2003/07/19).

B

Barrières à l'entrée (voir aussi : Verrouillage du marché)

Facteurs qui empêchent ou entravent l'entrée d'entreprises sur un marché donné. Elles peuvent résulter par exemple d'une structure de marché particulière (importance des coûts fixes irrécupérables, fidélité des consommateurs aux marques de produits existants) ou du comportement des entreprises déjà en place. Il convient de souligner que les Gouvernements peuvent également être à l'origine de

حواجز الدخول (انظر أيضا: غلق السوق)

العوامل التي تمنع أو تعيق دخول مؤسسات إلى سوق معينة. و يمكن أن تنتج مثلا عن هيكل معين في السوق (حجم التكاليف الثابتة و غير المسترجعة، وفاء المستهلكين للعلامات التجارية للمنتجات الموجودة) أو عن سلوك الشركات الموجودة مسبقا. تجدر الإشارة إلى أن الحكومات يمكن أن تكون أيضا مصدرا لحواجز الدخول (مثلا عن طريق وضع شروط الرخص أو غيرها للوصول إلى ممارسة مهنة).

barrières à l'entrée (par exemple en fixant des conditions de licence ou autres pour accéder à une profession).

Bulletin Officiel de la Concurrence (B.O.C.)

Le Bulletin officiel de la concurrence est élaboré, édité et diffusé par le conseil de la concurrence et contient notamment les décisions et avis rendus par le conseil, ses directives, règlements et circulaires ainsi que les décisions de justice rendues en matière de concurrence. (article 3 du décret exécutif n° 11-242 du 10 juillet 2011 pris en application de l'article 49 de l'Ordonnance modifiée et complétée n° 03-03 du 19 juillet 2003)

C

Cartel (voir : Entente ou Cartel)

Clause anglaise

Clause contractuelle, dans le cadre d'accords d'exclusivité entre un fournisseur et son client (par exemple un détaillant), autorisant ce dernier à acheter un bien à d'autres fournisseurs s'il peut l'obtenir à des conditions plus avantageuses, à moins que le fournisseur attitré n'accepte de lui fournir ce bien aux mêmes conditions. Malgré la plus grande liberté de choix dont jouit le client, les «clauses anglaises» tendent à accroître la transparence entre fournisseurs concurrents et à faciliter les collusions, notamment lorsque ces clauses font obligation au client de révéler le nom de l'autre fournisseur à son fournisseur «exclusif». C'est pourquoi, aux fins de l'appréciation de leur conformité au droit, les «clauses anglaises» doivent être examinées à la lumière de circonstances en l'espèce.

Clause de non-concurrence

Clause contractuelle entraînant pour les parties à un contrat d'achat ou au moins pour une d'entre elles, une obligation directe ou indirecte de ne pas fabriquer, acheter, vendre ou revendre de manière indépendante des biens ou des services en concurrence avec les biens ou les services faisant l'objet du contrat.

Clause noire (voir : Restrictions caractérisées)

Clémence

L'article 60 de l'Ordonnance modifiée et complétée n° 03-03 du 19 juillet 2003 dispose que le Conseil peut décider de réduire le montant de l'amende ou de ne pas prononcer d'amende contre les entreprises qui, au cours de l'instruction reconnaissent les infractions qui leur sont reprochées, collaborent à l'accélération de celle-ci et s'engagent à ne plus commettre d'infractions portant atteinte à la concurrence.

Collusion (voir aussi : Entente, Pratique concertée)

Coordination du comportement concurrentiel entre plusieurs entreprises susceptible d'entraîner une hausse des prix, une limitation de la production et, pour les entreprises impliquées, des bénéfices plus élevés que ceux qu'elles auraient autrement réalisés. Ce comportement collusoire

النشرة الرسمية للمنافسة (B.O.C.):

يعد، يطبع و ينشر مجلس المنافسة النشرة الرسمية للمنافسة و التي تحتوي لا سيما على قرارات و آراء مجلس المنافسة، التعليمات و الأنظمة و المنشورات و كذا قرارات العدالة الصادرة في مجال بالمنافسة. (المادة 3 من المرسوم التنفيذي رقم 11-242 المؤرخ في 10 يوليو 2011 الصادرة بموجب المادة 49 من الأمر 03-03 المؤرخ في 19 يوليو 2003 المعدل والمتمم).

كارتل (انظر: اتفاق او كارتل)

البند الإنجليزي:

بند تعاقدي، بموجب اتفاقيات استثنائية بين مورد وزبونه (على سبيل المثال تاجر التجزئة)، يسمح لهذا الأخير شراء سلعة من موردين آخرين إذا كان بإمكانه الحصول على شروط أفضل، إلا إذا كان المورد المعين لا يقبل تقديم هذه السلعة بنفس الشروط. و على الرغم من حرية الاختيار التي يتمتع بها العميل. "البند الانجليزية" تميل إلى زيادة الشفافية بين الموردين المتنافسين وتسهيل التواطؤ، لا سيما حينما تلزم هذه البنود الزبون الكشف عن اسم المورد الآخر لمورده "الحصري". و لهذا، و لغرض تقييم مطابقتهم للقانون، يجب دراسة " البند الانجليزية " كل حالة على حدى.

بند عدم المنافسة

بند تعاقدي يؤدي بالأطراف في عقد الشراء أو بطرف واحد على الأقل إلى التزام مباشر أو غير مباشر بعدم صنع، شراء، بيع أو إعادة بيع بشكل مستقل للسلع أو الخدمات المتنافسة مع السلع أو الخدمات موضوع العقد.

البند الأسود (أنظر : القيود المميزة)

العفو :

تنص المادة 60 من الأمر 03-03 المؤرخ في 19 يوليو 2003 المعدل والمتمم على أنه يمكن للمجلس أن يقرر تخفيض مبلغ الغرامة أو عدم الحكم بها على المؤسسات التي تعترف بالمخالفات المنسوبة إليها أثناء التحقيق في القضية و تتعاون في الإسراع بالتحقيق فيها و تتعهد بعدم ارتكاب المخالفات التي تضر بالمنافسة.

التواطؤ أو التآمر (انظر أيضا: اتفاقية، ممارسة مدبرة)

هو تنسيق لسلوك التنافسي بين العديد من المؤسسات التي قد تؤدي إلى ارتفاع الأسعار، الحد من الإنتاج و تحقيق أرباح أعلى من تلك التي كان بإمكان المؤسسات المعنية تحقيقها من قبل. لا يعتمد سلوك التواطؤ دائما على اتفاقيات صريحة بين المؤسسات. بل يمكن أن يكون ناتج عن ظروف تكون فيها المؤسسة مستقلة في معاملتها و لكن لارتباطها مع

ne repose pas toujours sur des accords explicites entre entreprises. Il peut résulter de situations dans lesquelles les entreprises définissent leur comportement en toute indépendance mais, conscientes de leur interdépendance avec leurs concurrents, s'alignent sur leurs positions. Cette forme de collusion est généralement dénommée «collusion tacite».

Commerce parallèle

Commerce de produits qui s'effectue en dehors du système de distribution officiel qui a été mis en place par une entreprise donnée. Comme les entreprises peuvent être amenées à pratiquer des prix différents pour un même produit dans les différentes régions ou les différents pays où elles exercent leurs activités, des négociants sont tentés d'acheter les produits dans les régions ou les pays où les prix pratiqués sont les plus bas et de les revendre là où ils sont les plus élevés. Le flux de produits ainsi généré est appelé commerce parallèle.

Concentration

Une opération de concentration est réalisée :

- lorsque deux ou plusieurs entreprises antérieurement indépendantes fusionnent (fusion),
- lorsqu'une entreprise acquiert le contrôle d'une autre entreprise (prise de contrôle)
- lorsqu'une entreprise commune accomplissant de manière durable toutes les fonctions d'une entité économique autonome est créée par deux ou plusieurs entreprises distinctes (entreprise commune de plein exercice).

Dans la plupart des législations sur la concurrence, les opérations de concentration ne sont soumises à autorisation que si leur importance, exprimée le plus souvent en termes de chiffre d'affaires des entreprises concernées, dépasse un certain seuil.

En application de l'article 17 de l'Ordonnance modifiée et complétée n° 03-03 du 19 juillet 2003, le seuil retenu en Algérie pour la déclaration d'une concentration est un seuil en part de marché (part de marché supérieure à 40%) et les opérations qui doivent être déclarées au Conseil de la concurrence sont donc toutes les concentrations qui, dépassant ce seuil, sont susceptibles de porter atteinte à la concurrence sur un marché donné, quelle que soit -a priori- l'importance de ce marché.

Concentration de sauvetage

La notion de concentration de sauvetage, liée à «l'argument de l'entreprise défaillante ou en sérieuse difficulté» permet à des autorités nationales de concurrence d'autoriser une opération de concentration même si celle-ci débouche sur la création ou le renforcement d'une position dominante en tenant compte du fait que la position dominante n'est pas tant créée ou renforcée par l'absorption de l'entreprise que par la défaillance de l'entreprise absorbée.

Cette validation ne serait possible que lorsqu'il n'existerait aucun lien direct entre l'opération de concentration et la création ou le renforcement de la position dominante.

Pour appliquer cette notion, les critères suivants ont été mis

en concurrence. Il peut résulter de situations dans lesquelles les entreprises définissent leur comportement en toute indépendance mais, conscientes de leur interdépendance avec leurs concurrents, s'alignent sur leurs positions. Cette forme de collusion est généralement dénommée «collusion tacite».

التجارة الموازية

تجارة المنتجات الذي يتم خارج نظام التوزيع الرسمي و الذي وضع من قبل مؤسسة معينة. إذا كان بإمكان المؤسسات أن تمارس أسعار مختلفة لنفس المنتج في مناطق أو بلدان مختلفة أين تمارس نشاطها، بإمكان المفاوضين شراء المنتجات في المناطق أو البلدان أين تكون الأسعار الأدنى وبيعها أين تكون هذه الأخيرة الأعلى. يسمى هذا التدفق للمنتجات بالسوق الموازية.

التجميع

تتم عملية التجميع :

- عند اندماج مؤسستان أو أكثر كانت مستقلة من قبل (الاندماج)
 - عندما تتحصل مؤسسة على مراقبة مؤسسة أخرى (السيطرة)
 - عندما تؤدي مؤسسة مشتركة بصفة دائمة جميع وظائف مؤسسة اقتصادية مستقلة، و لكنها في الواقع انشئت بين مؤسستان أو عدة مؤسسات منفصلة (مؤسسة موحدة تزاوّل نشاطها).
- في معظم القوانين المنظمة للمنافسة، لا تخضع عمليات التجميع للترخيص إلا إذا كانت ذات أهمية من حيث رقم أعمال المؤسسات المعنية الذي يتجاوز حدا معين.

تطبيقا للمادة 17 من الأمر 03-03 المؤرخ في 19 يوليو 2003 المعدل والمتمم، فإن الحد الأدنى المقرر في الجزائر لإعلان التجميع هو الحد من حيث الحصة السوقية (حصة السوق تتجاوز 40 %) والعمليات التي يجب التصريح بها لمجلس المنافسة هي جميع التجمعات التي تتجاوز هذا الحد و التي بإمكانها الإخلال بالمنافسة في سوق معينة، بغض النظر عن أهمية هذه السوق.

تجميع الإنقاذ

التجميع لرفع الخطر مرتبط ب"تبرير المؤسسة المقلسة أو الموجودة في وضعية حرجة" بحيث يسمح للسلطات الوطنية المكلفة بالمنافسة، الترخيص لعملية التجميع حتى وإن أدى إلى نشأة أو تعزيز لوضعية هيمنة، أخذًا بالحسبان أن هذه الوضعية لم تحدث من جراء الاستحواذ على المؤسسة المقلسة، إنما نشأت من أجل إنقاذ المؤسسة بسبب وضعيتها الحرجة.

هذه الموافقة لا يمكن أن تتم إلا في حالة عدم وجود أي ارتباط مباشر بين عملية التجميع وإنشاء وتعزيز لوضعية الهيمنة.

لتطبيق هذا المفهوم، وضعت المعايير التالية خصوصا على مستوى اللجنة الأوروبية:

1- يجب على المؤسسة التي تكون موضوع الاستحواذ أن تكون

au point notamment au niveau de la Commission européenne:

- 1) L'entreprise à acquérir doit être «défaillante» (c'est à-dire qu'elle disparaîtrait en tout état de cause du marché);
- 2) il n'y a pas d'autre acheteur pouvant proposer une solution moins dommageable pour la concurrence;
- 3) L'entreprise acquéreuse reprendrait, quoi qu'il en soit, la part du marché de l'entreprise acquise, ou ses avoirs disparaîtraient inévitablement du marché s'ils n'étaient pas repris par une autre entreprise.

À ce jour, la notion de concentration de sauvetage n'a été que très rarement appliquée.

Concurrence (voir : Introduction au droit de la concurrence)

Concurrence inter-marque

Concurrence entre entreprises ayant mis au point, pour un type de produits ou de services donné, des marques ou des labels qui permettent de distinguer leur produit ou leur service de ceux de leurs concurrents. Les produits ne sont pas très différents et un élément important de leur différenciation consiste dans leur appartenance à des marques distinctes.

Coca-Cola contre Pepsi est un exemple de concurrence inter-marque.

Concurrence intra-marque

Concurrence que se livrent les distributeurs, grossistes ou détaillants, d'un produit d'une même marque. Par exemple, un jean Levi's peut être vendu moins cher dans un circuit de distribution (magasins discount) que dans un autre circuit (chaîne de grands magasins).

Concurrence potentielle

La concurrence potentielle est celle qui peut résulter de l'entrée sur le marché de nouveaux producteurs attirés par les bénéfices supérieurs à la moyenne que les entreprises en place réalisent sur ce marché. L'entrée d'autres entreprises sur le marché augmentera la quantité totale fournie, fera baisser les prix et fera disparaître les bénéfices supérieurs à la normale.

Cette concurrence potentielle a un certain «effet de discipline» sur le comportement des entreprises en place. Toutefois, la menace représentée par la concurrence potentielle est relativement peu importante lorsque les barrières à l'entrée sont élevées.

Concurrent potentiel

Une entreprise est considérée comme un concurrent potentiel s'il est avéré que cette entreprise est susceptible d'assumer les investissements et les adaptations nécessaires pour entrer sur le marché en cause lorsqu'une augmentation durable et significative des bénéfices réalisés sur ce marché rendra l'opération rentable. L'évaluation doit être réaliste car une possibilité d'entrée sur un marché donné n'est pas suffisante si elle est purement théorique. L'entrée sur le marché doit avoir lieu suffisamment rapidement pour qu'une entrée potentielle exerce des

"مفلسة" (أي أنها ستختفي في أي حال من الأحوال من السوق)؛

(2)- لا يوجد مشتري آخر بإمكانه تقديم حلا أقل ضررا للمنافسة؛

(3)- المؤسسة المستحوذة تتحصل مهما يكن على حصة السوق التابعة للمؤسسة المستحوذ عليها، أو الاختفاء الحتمي لأصولها (أملكها) إذا لم تمتلكها مؤسسة أخرى.
إلى يومنا هذا، لم يطبق هذا المفهوم إلا نادرا.

المنافسة (انظر : مقدمة حول قانون المنافسة)

المنافسة بين العلامات التجارية

هي منافسة بين الشركات التي وضعت لنوع معين من السلع أو الخدمات المقدمة، علامات تجارية أو ملصقات تميز منتجاتهم أو خدماتهم عن تلك الخاصة بمنافسيهم. فهذه المنتجات لا تختلف كثيرا فيما بينها والعنصر الهام في تمايزها يكمن في انتمائها لعلامات تجارية مختلفة.

كوكا كولا ضد بيبسي مثال للمنافسة بين العلامات التجارية.

منافسة في نفس العلامة التجارية

هي منافسة بين الموزعين، تجار الجملة أو تجار التجزئة، على منتج ما من نفس العلامة التجارية. على سبيل المثال، الجينز "ليفيس" Levi's يمكن بيعه بأقل ثمن في دائرة التوزيع (مخازن الخصم) مقارنة بدائرة أخرى (سلسلة المتاجر الكبرى).

المنافسة المحتملة

المنافسة المحتملة هي التي قد تتجم عن دخول السوق لمنتجين جدد تجذبهم الأرباح التي تفوق متوسط تلك الأرباح المنجزة من طرف المؤسسات المتواجدة في السوق. دخول مؤسسات أخرى في السوق سيزيد من الكمية الإجمالية الموردة ويؤدي إلى انخفاض الأسعار و إزالة الأرباح المحققة فوق العادة.

هذه المنافسة المحتملة لها نوع من "التأثير في الانضباط" على سلوك المؤسسات المتواجدة. ومع ذلك، فإن تهديد المنافسة المحتملة يعتبر صغير نسبيا عندما تكون الحواجز كبيرة للدخول.

المنافس المحتمل

تعتبر مؤسسة منافسا محتملا إذا تبين ان هذه المؤسسة قادرة على تحقيق الاستثمارات ومواكبة التغيرات اللازمة لدخول السوق، عندما تكون الزيادة في الأرباح المنجزة في السوق معتبرة ودائمة يجعل هذه العملية مربحة. التقييم يجب أن يكون واقعي لان إمكانية الدخول لسوق معين غير كافية إذا كانت نظرية محضة. الدخول إلى السوق يجب أن يكون كافيا وسريعا حتى يمكن أي دخول محتمل من ممارسة ضغوط على المساهمين في سوق معين. عادة، الدخول يجب أن يكون في آجال قصيرة، فمثلا، في آجال لا تتجاوز سنة واحدة إذا أخذنا كمرجع التشريع الأوروبي الخاص بإعفاء قيود المعاملات العمودية.

pressions sur le comportement des autres participants du marché donné. Habituellement, l'entrée doit donc avoir lieu à brève échéance, par exemple dans un délai d'un an au maximum si l'on se réfère au règlement européen d'exemption par catégorie sur les restrictions verticales. Toutefois, dans des cas particuliers, des délais plus longs peuvent être pris en compte. Le temps dont les entreprises déjà présentes sur le marché ont besoin afin d'adapter leurs capacités peut servir de point de repère pour déterminer ledit délai.

Conseil de la concurrence

Le Conseil de la concurrence algérien est une autorité administrative autonome placée auprès du ministre chargé du commerce qui, outre ses activités de conseil auprès du gouvernement et d'avis auprès de multiples personnes intéressées par l'application des règles de la concurrence se prononce sur la légalité des pratiques dont il est saisi et sur les projets de concentration qui lui sont soumis.

Dans l'exercice de ces dernières fonctions, il peut infliger des sanctions.

Il se prononce sur les pratiques suspectes à la demande de toute partie intéressée, des services du ministère du commerce ou encore sur sa propre initiative (autosaisine). (Article 23, 34 et suivants de l'Ordonnance modifiée et complétée n° 03-03 du 19 juillet 2003)

Pour plus de précisions, consulter la fiche pratique « conseil de la concurrence » sur le site du ministère du commerce : www.commerce.gov.dz

Consortium (voir : Groupement d'entreprises)

Consultation des tiers

Dans de nombreuses législations comme dans la pratique de nombreuses autorités de la concurrence, la procédure d'instruction des dossiers prévoit la consultation des tiers dont la situation peut être affectée par la décision qui va être prise.

Cette possibilité peut exister dans le cadre de l'instruction des dossiers de concentration comme pour les dossiers de pratiques restrictives de concurrence.

Cette façon de faire permet de recueillir, oralement ou par écrit, de nombreuses informations sur le fonctionnement réel des marchés concernés.

Contrôle commun (ou contrôle en commun ou contrôle conjoint)

Il y a contrôle commun d'une entreprise lorsqu'au minimum deux entreprises ou deux personnes ont la possibilité d'exercer une influence déterminante sur une autre entreprise. Par influence déterminante, on entend habituellement le pouvoir de bloquer des décisions qui déterminent la stratégie commerciale d'une entreprise. La prise de contrôle en commun peut être établie sur des circonstances de droit ou de fait.

Coopération internationale

La coopération internationale dans le domaine de

مع ذلك، في حالات خاصة، يمكن لمدة آجال أطول أن تؤخذ في الحسبان. الوقت الذي يمكن أن تحتاجه المؤسسة المتواجدة في السوق لتكييف قدراتها يمكن أن يكون مرجعا لتحديد هذه الآجال.

مجلس المنافسة

مجلس المنافسة الجزائرية هيئة إدارية مستقلة موضوعة لدى الوزير المكلف بالتجارة، بالإضافة إلى مهامه الاستشارية لدى الحكومة و الأشخاص المهتمين بتطبيق قواعد المنافسة، ينظر أيضا في مدى شرعية الممارسات التجارية المعروضة عليه، و يفصل في شرعية مشاريع التجميع الاقتصادي المقدمة له. كما يمكنه تسليط عقوبات خلال ممارسته لمهامه.

يصدر المجلس قرارات بخصوص الممارسات المشبوهة المرفوعة إليه من الأطراف المعنية، مصالح وزارة التجارة أو من تلقاء نفسه (الإخطار الذاتي) المادة 34/23 وما يليها من الأمر 03-03 المؤرخ في 19 يوليو 2003 المتعلق بالمنافسة)

لأجل إيضاحات أكثر، تصفح النماذج التطبيقية لمجلس المنافسة، على مستوى موقع وزارة التجارة. www.commerce.gov.dz

مجمع (انظر: تجميع المؤسسات)

استشارة الغير

في العديد من التشريعات المعمول بها من طرف سلطات ضبط المنافسة، فإن إجراءات التحقيق تنص على استشارة أطراف أخرى في الحالات التي تتطلب ذلك لغرض اتخاذ قرارات سليمة. وذلك لأن بعض قراراتها المتخذة يمكن لها التأثير على حالة ما.

هذه الحالات بإمكانها أن تمس القرارات التي يمكن اتخاذها في ترخيص التجميعات الاقتصادية والتحقيق في الممارسات المنافية للمنافسة. هذه الاستشارة، شفوية كانت أو كتابية، يمكن من خلالها جمع معلومات فعلية حول السير الحقيقي للأسواق المعنية.

المراقبة المشتركة أو الجماعية أو السيطرة المزدوجة

تكون السيطرة المشتركة عندما يكون بإمكان لمؤسستين أو لشخصين على الأقل ممارسة نفوذ على مؤسسة أخرى، وهذا يعني القدرة على تعطيل القرارات التي تحدد الإستراتيجية التجارية للشركة. وتكون هذه السيطرة المشتركة بموجب القانون أو الواقع المحيط بالمؤسسة.

التعاون الدولي

يمكن أن يتجسد التعاون الدولي في مجال المنافسة بين دولتين (تعاون

la politique de concurrence peut exister entre deux pays (coopération bilatérale) ou plusieurs pays (coopération trilatérale, multilatérale). Elle peut se développer d'une manière informelle, mais prend souvent la forme d'accords de coopération formels. Elle vise à échanger des informations sur des affaires individuelles en matière d'entente ou de concentration qui présentent un intérêt commun pour les autorités, à coordonner les diverses manières d'aborder un certain nombre de points essentiels — tels que la définition du marché, les mesures correctives, etc. — et à se prêter mutuellement assistance au niveau du contrôle du respect de la législation.

A titre d'exemples, on peut mentionner notamment la coopération qui s'est développée au sein de forums internationaux comme le groupe intergouvernemental d'experts du droit et de la politique de concurrence (Cnuced), le groupe de travail de l'OMC sur l'interaction du commerce et de la concurrence ou encore le Réseau International de la concurrence (RIC) afin d'échanger des points de vue sur des questions diverses, de promouvoir un consensus sur les meilleures pratiques et d'adopter des recommandations stratégiques adressées à leurs gouvernements et au secteur privé.

Pour l'Algérie, au niveau gouvernemental, on note essentiellement l'accord d'association signé entre l'Algérie et l'Union européenne en 2005. Cet accord comprend un chapitre qui traite des questions de concurrence et c'est dans le cadre de cet accord qu'a été signé fin 2010 un contrat de jumelage sur le thème de la concurrence entre l'Algérie et un consortium d'autorités européennes de la concurrence dirigé par la partie française.

En ce qui concerne enfin le conseil algérien de la concurrence, les articles 40 à 43 de l'Ordonnance modifiée et complétée n° 03-03 du 19 juillet 2003 précisent les conditions dans lesquelles ce type de coopération peut être mise en œuvre.

Pour plus de précisions, on se reportera à la rubrique « coopération » du présent site ou à la fiche « conseil de la concurrence » dans la rubrique « fiches pratiques ».

Coûts de démarrage

Coûts supportés par une entreprise qui envisage de démarrer une activité économique sur un segment de marché donné. Ces coûts comprennent, par exemple, les dépenses nécessaires au lancement des activités de recherche et de développement (R & D), les coûts d'acquisition des installations de production et/ou de distribution, ainsi que les coûts liés à la commercialisation du produit (publicité).

Coûts fixes

Coûts de production d'un bien ou d'un service qui ne varient pas en fonction de la quantité de biens ou de services produits : les coûts des équipements lourds, les impôts fonciers, le loyer

Coûts irrécupérables (voir aussi : Barrières à l'entrée)

Les coûts irrécupérables sont des coûts fixes qui ont déjà été engagés et ne peuvent être récupérés. Ces coûts sont liés à

ثنائي) أو عدة دول (تعاون ثلاثي أو تعاون متعدد الأطراف). هذا التعاون يمكن أن يتطور بشكل غير رسمي ولكن غالباً يتخذ شكل اتفاقيات تعاون رسمية، هذا التعاون يهدف إلى تبادل المعلومات حول الشؤون الخاصة المتعلقة بالاتفاقيات أو التجميعات الاقتصادية والتي تقدم مصلحة مشتركة للسلطات. وكذا تنسيق مختلف أساليب معالجة بعض النقاط الأساسية كتحديد أو تعريف السوق والإجراءات التصحيحية..... الخ - و التعاون المتبادل في مجال مراقبة احترام النصوص التشريعية.

على سبيل المثال، يمكن الذكر بالخصوص التعاون الذي تم تطويره في المنتديات الدولية مثل فريق الخبراء الحكومي الدولي المعني بقوانين وسياسات المنافسة (مؤتمر الأمم المتحدة للتجارة والتنمية « CNUCED ») وفريق عمل المنظمة العالمية للتجارة « OMC » في التفاعل بمجال التجارة والمنافسة وايضا الشبكة الدولية للمنافسة، وذلك لتبادل وجهات النظر حول مختلف القضايا ولتعزيز التوافق في الآراء حول أفضل الممارسات واعتماد توصيات إستراتيجية موجّهة لحكومات الأعضاء وكذا إلى القطاع الخاص.

بالنسبة للجزائر و على المستوى الحكومي، نشير أساسا إلى اتفاق الشراكة الموقع بين الجزائر و الاتحاد الأوروبي سنة 2005. هذا الاتفاق يتضمن فصلا يعالج مسائل المنافسة. و في هذا الإطار، تم التوقيع نهاية سنة 2010 على عقد توأمة تحت عنوان المنافسة، بين الجزائر و مجموع السلطات الأوروبية للمنافسة و التي يديرها الجانب الفرنسي.

فيما يخص مجلس المنافسة الجزائري، المواد 40 إلى 43 من الأمر رقم 03-03 المؤرخ في 19 جويلية 2003 المعدل والمتمم، حددت الشروط التي من خلالها تم تجسيد هذا النوع من التعاون.

لمزيد من التوضيحات، اطلع على الخانة الخاصة بـ " التعاون " (coopération) لهذا الموقع أو في بطاقة " مجلس المنافسة " خانة "بطاقات الممارسات" (fiches pratiques).

تكاليف بدء نشاط

هي التكاليف التي تتكبدها الشركة التي تخطط لبدء نشاط اقتصادي في قطاع سوق معينة. هذه التكاليف تشمل، على سبيل المثال، النفقات اللازمة لإطلاق البحث والتطوير (R & D) ، تكاليف الحصول على مرافق الإنتاج و/ أو التوزيع وكذا التكاليف المرتبطة بتسويق المنتج (الإشهار).

التكاليف الثابتة

تكاليف إنتاج سلعة أو خدمة لا تتغير بالموازاة مع كمية السلع والخدمات أو المنتجات: مثل تكلفة المعدات الثقيلة، والضرائب العقارية، والإيجار....

التكاليف الغير قابلة للاسترجاع (انظر أيضا: حواجز الدخول)

التكاليف غير المسترجعة هي تكاليف ثابتة قد تم دفعها والتي لا يمكن استردادها. هذه التكاليف مرتبطة ببعض الأنشطة التي تتطلب أصول

certaines activités exigeant des actifs spécialisés qui ne peuvent pas facilement être affectés à d'autres usages ou revendus facilement. Les marchés de l'occasion pour ces actifs sont limités. On peut citer comme exemples de coûts irrécupérables les investissements dans des équipements ne pouvant permettre de fabriquer qu'un produit donné, la mise au point de produits pour des clients particuliers, les dépenses de publicité et certains coûts de recherche et de développement.

Coût marginal

Le coût marginal d'un produit correspond à l'ensemble des coûts supportés par une entreprise pour produire une unité supplémentaire. Normalement, les coûts marginaux dépendent essentiellement des coûts variables. Cela est vrai tant que la production supplémentaire ne demande pas de réaliser des investissements supplémentaires. Tant que le coût marginal est inférieur au coût moyen de production, les entreprises ont intérêt à développer leur production.

Coûts variables

Coûts qui varient en fonction du volume de la production. Les coûts du petit matériel, des matières premières et de l'énergie utilisés dans le processus de production constituent par exemple des coûts variables.

D

«De minimis»

Expression qui signifie que l'incidence d'un accord ou d'une pratique sur la concurrence à l'intérieur d'un marché donné peut être considérée comme négligeable. Les pays qui se réfèrent à cette notion considèrent le plus souvent que lorsque la part de marché cumulée des entreprises concernées ne dépasse pas certains seuils, il n'y a pas lieu de statuer sur les pratiques en cause. En France, ces seuils sont fixés à 10% pour des pratiques entre entreprises concurrentes et à 15% pour des entreprises qui ne sont pas concurrentes (accords verticaux).

On reconnaît plus généralement que les accords entre petites et moyennes entreprises sont rarement en mesure d'affecter le jeu de la concurrence à l'intérieur d'un marché donné. Ci-dessous, le point d'accès à la communication de la Commission européenne relative à la notion «de minimise».

Dégroupage

Le dégroupage est une opération technique permettant l'ouverture du réseau téléphonique local à la concurrence. En effet, les nouveaux opérateurs ne disposent pas de la boucle locale qui appartient à l'opérateur historique du pays (Algérie Télécoms) et qui relie chaque utilisateur à un central téléphonique. Le dégroupage permet aux opérateurs concurrents d'accéder à cette boucle locale soit en partie, par le biais du dégroupage partiel, soit en totalité par le biais du dégroupage total.

Dépendance (voir aussi : Abus de dépendance)

L'article 3-d de l'Ordonnance modifiée et complétée n° 03-

متخصصة لا يمكن توجيهها بسهولة لاستعمالات أخرى أو بيعها بسهولة.

فرص السوق لهذه الأصول محدودة. يمكن إعطاء كأمثلة عن التكاليف غير المسترجعة، الاستثمار في المعدات التي لا يمكن من خلالها تصنيع إلا منتج معين، تحسين المنتجات لزيائن محددين، نفقات الدعاية و الإشهار وتكاليف معينة من البحث والتطوير.

التكلفة الهامشية أو الحدية

هامش التكلفة يمثل جميع التكاليف التي تتحملها المؤسسة لإنتاج وحدة إضافية. في الحالة العادية، تكون هامش التكلفة مرتبطة أساسا بتكاليف متغيرة. هذا المفهوم صحيح مادام الإنتاج الإضافي لا يتطلب تحقيق استثمارات إضافية و مادامت التكلفة الهامشية أقل من التكلفة المتوسطة للإنتاج، فالمؤسسات لها الفائدة في زيادة إنتاجها.

التكاليف المتغيرة

هي التكاليف التي تتغير وفق حجم الإنتاج. تكاليف العتاد الصغير، المواد الأولية والطاقة المستخدمة في عملية الإنتاج هي أمثلة عن التكاليف المتغيرة.

الحد الأدنى أو الضئيل

هو مصطلح يعني تأثير اتفاق أو ممارسة خاصة بالمنافسة داخل سوق معين و الذي يمكن أن يكون غير معتبر. الدول التي تتخذ هذا المصطلح كمرجع لها، غالبا ما تعتبر حصة السوق المتراكمة للمؤسسات المعنية لا تتجاوز عتبات معينة، ليست هناك حاجة للحكم على الممارسات المعنية. في فرنسا، تمثل هذه العتبة نسبة 10% بالنسبة للممارسات بين المؤسسات المتنافسة و 15% بالنسبة للمؤسسات غير المتنافسة فيما بينها (الاتفاقات العمودية).

و من المسلم به عموما أن الاتفاقات بين الشركات الصغيرة والمتوسطة نادرا ما تكون قادرة على التأثير على المنافسة في سوق معينة. أدناه، بيان مداخلة المفوضية الأوروبية حول مفهوم "الحد الأدنى"

التفكيك (فتح المنافسة على الشبكة)

التفكيك هو عملية تقنية تسمح بفتح شبكة الهاتف المحلية بالمنافسة. في الواقع المتعاملين الجدد ليس لديهم الشبكة المحلية التي يملكها المتعامل التاريخي للبلد (اتصالات الجزائر) و التي تربط كل مستخدم بمركز الاتصالات الهاتفية و تسمح عملية التفكيك للشركات المتنافسة بالوصول إلى الشبكة المحلية اما جزئيا من خلال التفكيك الجزئي و إما كليا من خلال التفكيك التام .

التبعية (راجع أيضا: التعسف في التبعية)

03 du 19 juillet 2003 décrit l'état de dépendance économique comme une situation dans laquelle une entreprise n'a pas de solution alternative comparable si elle souhaite refuser de contracter dans les conditions qui lui sont imposées par son client ou par son fournisseur.

Demande de renseignements

En application de l'article 51 de l'Ordonnance modifiée et complétée n° 03-03 du 19 juillet 2003, le rapporteur du Conseil peut recueillir tous les renseignements nécessaires à son enquête auprès des entreprises ou auprès de toute autre personne. Le cas échéant, le Conseil peut infliger une amende aux entreprises qui fournissent des renseignements inexacts ou incomplets (article 59 de l'Ordonnance modifiée et complétée n° 03-03 du 19 juillet 2003) dont le montant maximum est de 800 000 DA.

De même, les agents appartenant aux corps de contrôle relevant de l'administration chargée du commerce sont habilités à formuler des demandes de renseignements. Lorsque les entreprises ne répondent pas de façon satisfaisante à ces demandes, cette attitude peut être considérée comme une opposition à fonction telle que définie à l'article 53 de la loi n° 04-02 du 23 juin 2004 fixant les règles applicables aux pratiques commerciales.

Détaillant

Entreprise située au bout de la chaîne de distribution qui, normalement, achète un produit à un grossiste afin de le vendre au consommateur final.

Discrimination

Attitude d'une entreprise qui, sans raison objective, fait des conditions commerciales différentes à des partenaires commerciaux comparables.

Distribution

Ce concept regroupe toutes les activités de commercialisation d'un produit ou d'un service depuis les opérations de vente en gros jusqu'à la distribution de détail. En droit algérien (cf l'article 2 de l'Ordonnance modifiée et complétée n° 03-03 du 19 juillet 2003) il comprend expressément les opérations réalisées par les importateurs pour la revente en l'état et toutes ces activités sont soumises au droit de la concurrence.

Distribution exclusive

Un système de distribution exclusive est un système dans lequel une entreprise accorde à une autre entreprise un droit exclusif de distribution de ses produits ou services (accords verticaux).

Les formes les plus courantes de ces clauses sont le droit exclusif de distribuer sur un territoire donné ou de vendre à une clientèle donnée. L'objectif du fournisseur en accordant l'exclusivité est normalement d'inciter le distributeur à promouvoir son produit et à offrir un meilleur service aux clients. Dans la plupart des cas, le pouvoir de marché du distributeur est limité par la concurrence inter-marques et

تصف الفقرة د من المادة 03 من الأمر رقم 03/03، المعدل و المتمم و المؤرخ في 19 يوليو 2003، حالة التبعية الاقتصادية باعتبارها الوضعية التي لا تملك فيها الشركة أي بديل مماثل إذا ما أرادت رفض التعاقد في ظل الشروط المفروضة عليها من قبل زبونها أو ممونها.

طلب المعلومات

طبقا للمادة 51 من الامر رقم 03/03، المعدل و المتمم و المؤرخ في 19 يوليو 2003 يمكن لمقرر مجلس المنافسة جمع كل المعلومات اللازمة للتحقيق من المؤسسات أو من أي شخص آخر. فإذا لزم الأمر يمكن للمجلس فرض غرامات على المؤسسات التي تقدم معلومات غير صحيحة أو غير كاملة (المادة 59 من الأمر رقم 03-03 المعدل و المتمم و المؤرخ في 19 يوليو 2003)، الحد الأقصى لمبلغ الغرامة 000 800 دج.

كذلك يمكن للأعوان التابعين لأسلاك الرقابة و الخاضعين للإدارة المكلفة بالتجارة تشكيل طلبات المعلومات. عندما لا تستجيب المؤسسات على نحو مرض على هذه الطلبات، يمكن اعتبار هذه الحالة معارضة على أداء دورها على النحو المحدد في المادة 53 من القانون رقم 02-04 المؤرخ في 23 يونيو 2004 والمحدد للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية.

تاجر التجزئة :

هو مؤسسة متواجدة في نهاية سلسلة التوزيع، تقوم لاسيما بشراء منتوج من تاجر الجملة لتبيعه للمستهلك النهائي

التمييز

هي الحالة التي تقوم فيها المؤسسة دون سبب موضوعي بوضع شروط تجارية مختلفة لشركاء تجاريين متماثلين.

التوزيع

و يشمل هذا المفهوم جميع الأنشطة التسويقية لسلعة أو خدمة ما، بدءا من عمليات البيع بالجملة وصولا الى التوزيع بالتجزئة. تضمن القانون الجزائري بوضوح (أنظر المادة 2 من المرسوم المعدل و المتمم 03-03 من 19 يوليو 2003) العمليات التي يقوم بها المستوردون لإعادة بيع هذا المنتج أو الخدمة على حالتها الأصلية كما أن جميع هذه الأنشطة تخضع لقانون المنافسة.

التوزيع الحصري

نظام التوزيع الحصري هو النظام الذي يسمح لمؤسسة ما بمنح مؤسسة أخرى الحق الحصري لتوزيع سلعتها أو خدماتها (الاتفاقات العمودية). الأشكال الأكثر شيوعا لهذه العقود هي الحق الحصري للتوزيع في إقليم معين أو البيع لمتعامل معين. يهدف المورد عادة من منح الحصرية إلى تشجيع الموزع لتحسين منتجاته وتقديم خدمة أفضل للزبائن و في أغلب الحالات تكون سلطة السوق للموزع محدودة بسبب المنافسة بين العلامات التجارية وهذا النوع من الاتفاق غالبا هو مسموح به في القانون الأوروبي كما هو الحال في القانون الوطني للدول التي تطبق أيضا القانون الأوروبي (استثناءا عندما تكون حصة السوق للمنتوج الخاضع للتوزيع الحصري لا تتجاوز 30%).

ce type d'accord est souvent autorisé en droit européen comme dans le droit national des pays qui appliquent aussi le droit européen (exemption lorsque la part de marché du produit soumis à exclusivité ne dépasse pas 30%).

La distribution exclusive peut aussi prendre la forme du monomarchisme qui impose au distributeur de ne distribuer qu'une seule marque pour un type de produit donné (uniquement des montres Rolex par exemple et aucune autre marque de montre...).

En ce qui concerne le droit algérien, l'article 8 de l'Ordonnance modifiée et complétée n° 03-03 du 19 juillet 2003 dispose que tout acte et/ou contrat, quels que soient leur nature et leur objet, qui confèrent à une entreprise une exclusivité dans l'exercice d'une activité qui entre dans le champ d'application de la présente ordonnance sont considérés comme restrictifs de concurrence et interdits.

Distribution sélective

Système de distribution où un fournisseur conclut des accords (verticaux) avec un nombre limité de distributeurs choisis dans la même zone géographique. D'une part, les accords de distribution sélective restreignent le nombre des distributeurs agréés et, d'autre part, ils interdisent les ventes aux distributeurs non agréés, les seuls acheteurs possibles des distributeurs agréés étant alors les autres distributeurs désignés et les consommateurs finaux. La distribution sélective est presque toujours utilisée pour distribuer des produits de marque. (montres, parfums, articles de mode...)

Du point de vue de la concurrence, les clauses de ce type risquent de restreindre la concurrence intra-marque, de faciliter la collusion entre fournisseurs ou acheteurs et d'exclure une ou plusieurs catégories de distributeurs, en particulier lorsque ces réseaux de distribution sélective sur un même marché se multiplient. On considère en général que la sélection des points de distribution sur la base de critères qualitatifs –par opposition à des critères purement quantitatifs- ne gêne pas le bon fonctionnement de la concurrence pour autant que trois conditions soient satisfaites:

- premièrement, la nature du produit en question doit justifier un système de distribution sélective, (on l'admet pour les parfums mais pas pour les pommes de terre...)
- deuxièmement, les revendeurs doivent être choisis sur la base de critères objectifs de nature qualitative (la qualité des prestations fournies par le revendeur par exemple) par opposition à des critères purement quantitatifs (un distributeur pour 50 000 habitants d'un niveau de vie X ou Y...).
- et, troisièmement, les critères définis ne doivent pas aller au-delà de ce qui est nécessaire (exiger un diplôme de médecin pour vendre des produits de beauté...).

Droits de propriété intellectuelle (DPI)

Terme générique désignant les droits de propriété qui sont attachés aux inventions, à la création artistique ou à d'autres types de production intellectuelle comme, par exemple, les marques de commerce.

Ces droits de propriété confèrent légalement à leur titulaire

peut limiter la concurrence en imposant des conditions de vente qui ne favorisent pas la concurrence. Le droit algérien, par l'article 8 de l'Ordonnance modifiée et complétée n° 03-03 du 19 juillet 2003, interdit les accords de distribution exclusive qui ont pour effet de limiter la concurrence en imposant des conditions de vente qui ne favorisent pas la concurrence.

يمكن للتوزيع الحصري أن يأخذ أيضا شكل احادي العلامة التجارية الذي يفرض على الموزع توزيع علامة واحدة لنوع معين من المنتجات (مثلا ساعات ذات العلامة التجارية Rolex فقط). وفيما يتعلق بالقانون الجزائري، تنص المادة 08 من الامر رقم 03-03 المعدل والمتمم المؤرخ في 19 يوليو 2003 على أن أي فعل و/ أو اعقد بغض النظر عن طبيعته والغرض منه و الذي يمنح لمؤسسة ما الحقوق الحصرية في ممارسة نشاط يدخل ضمن نطاق تطبيق هذا الامر يعتبر تقييدا للمنافسة ومحظور.

التوزيع الانتقائي:

هو نظام توزيع يسمح للموردين بإبرام اتفاقيات (عمودية) مع عدد محدود من الموزعين يتم اختيارهم من نفس المنطقة الجغرافية. من ناحية، فإن اتفاقيات التوزيع الانتقائي تحد من عدد الموزعين المعتمدين ومن ناحية أخرى فهي تمنع عمليات البيع للموزعين غير المعتمدين، المشترون الوحيدون من الموزعين المعتمدين هم الموزعين الآخرين المعينين والمستهلكين النهائيين، غالبا يستخدم التوزيع الانتقائي لتوزيع المنتجات ذات العلامات التجارية. (الساعات، العطور وعناصر الموضة...)

من وجهة نظر المنافسة، هذا النوع من البنود له مخاطر كتقييد المنافسة ما بين العلامات التجارية، تسهيل التواطؤ بين الموردين أو المشترين وإقصاء فئة أو أكثر من الموزعين، خصوصا لما تصبح شبكات التوزيع الانتقائي تتزايد في نفس السوق. عموما اختيار نقاط التوزيع على أساس المعايير النوعية - بدلا من المعايير الكمية فقط - لا يعيق سير المنافسة شريطة استيفاء ثلاثة شروط:

- أولا: يجب لطبيعة المنتج المعني أن تبرر نظام التوزيع الانتقائي (فهي مقبولة للعطور ولكن ليس للبطاطا).
- ثانيا: يجب اختيار الموزعين على أساس معايير موضوعية ذات طبيعة نوعية (على سبيل المثال نوعية الخدمات المقدمة من قبل التاجر) بدلا من المعايير الكمية البحتة (موزع لـ 50000 مواطن ذو مستوى معيشي X أو Y...).
- و ثالثا: يجب على المعايير المنصوص عليها ألا تتجاوز ما هو ضروري (طلب شهادة الطب من اجل بيع منتجات التجميل...).

حقوق الملكية الفكرية

هو مصطلح عام يصف حقوق الملكية المتعلقة بالاختراعات، الإبداع الفني وغيرها من أنواع الإنتاج الفكري و على سبيل المثال العلامات التجارية.

تمنح حقوق الملكية هذه بقوة القانون صاحبها الحق الحصري في

le droit exclusif d'exploiter ce « produit » de nature intellectuelle. Celui-ci jouit ainsi du monopole d'utilisation du produit, habituellement pour une période déterminée et au sein d'une région géographique donnée. Ce pouvoir de monopole permet au titulaire d'un droit de propriété intellectuelle de restreindre l'utilisation, l'imitation et la duplication dudit produit. Les DPI empêchent les autres entreprises de se comporter en parasite (voir Parasitisme) et encouragent l'activité de recherche et de développement. Toutefois, le titulaire de tels droits ne doit pas les utiliser pour s'opposer de façon abusive au bon fonctionnement de la concurrence.

En droit algérien, les textes de référence sont :

- pour les brevets : Ordonnance n° 03-07 du 19 juillet 2003 relative aux brevets
- pour les marques : Ordonnance n° 03-06 du 19 juillet 2003 relative aux marques
- pour les droits d'auteur : Ordonnance n° 03-05 du 19 juillet 2003 relative aux droits d'auteur et droits voisins

Duopole

Le duopole est un cas particulier d'oligopole: branche d'activité ne comportant que deux vendeurs. Dans les affaires de concurrence, ce terme est également souvent employé pour désigner des situations dans lesquelles deux gros vendeurs dominant la structure concurrentielle et les petits vendeurs restants s'adaptent à leur comportement. Les deux gros vendeurs sont alors dénommés «duopoleurs».

E

Économies d'échelle

Une entreprise réalise des économies d'échelle lorsqu'elle réduit ses coûts unitaires en produisant plus (c'est-à-dire lorsque les coûts moyens diminuent à mesure que la production augmente). Il faut pour cela qu'elle puisse répartir ses coûts fixes sur une production plus importante. On peut citer en exemple le coût de transport unitaire d'un produit qui diminue quand le même camion transporte un plus grand nombre de produits ou quand un camion plus grand qui permet de transporter plus de produits ne nécessite toujours que l'emploi d'un seul chauffeur.

Économies de gamme

Une entreprise réalise des économies de gamme lorsqu'elle réduit ses coûts de production en élargissant sa gamme de produits et de services (production conjointe). Il faut pour cela qu'elle puisse utiliser des composants identiques, les mêmes installations et le même personnel pour produire plusieurs produits. Par exemple une banque peut vendre des produits d'assurance de détail dans ses succursales locales afin de répartir ses coûts fixes (tels que le loyer des locaux) sur un plus grand nombre de produits (produits bancaires + produits d'assurance).

استغلال هذا "المنتوج" ذو الطبيعة الفكرية. و بالتالي فإنه يحظى بالاحتكار في استخدام المنتوج، عادة لفترة زمنية محددة وضمن منطقة جغرافية معينة. تسمح هذه القوة الاحتكارية لصاحب حق الملكية الفكرية تقييد استخدام وتقليد وتكرار المنتوج المذكور. تمنع حقوق الملكية الفكرية المؤسسات الأخرى من التصرف الطفيلي (انظر فقرة التطفل) كما أنها تعمل على تشجيع نشاط البحث والتطوير. ومع ذلك، فلا ينبغي لصاحب هذه الحقوق أن يستخدمها بشكل يسيء إلى السير الجيد للمنافسة.

و طبقا للقانون الجزائري النصوص المرجعية هي:

- بالنسبة لبراءات الاختراع: الأمر رقم 07-03 من 19 يوليو 2003 المتعلق ببراءات الاختراع
- العلامات التجارية: الأمر رقم 06-03 من 19 يوليو 2003 المتعلق بالعلامات التجارية
- بالنسبة لحقوق المؤلف : الأمر رقم 05-03 من 19 يوليو 2003 المتعلق بحقوق المؤلف والحقوق المجاورة.

الاحتكار الثنائي

الاحتكار الثنائي هو حالة خاصة من احتكار القلة: فهو فرع من الأنشطة التي تتضمن بائعين اثنين فقط. في قضايا المنافسة، عادة ما يستخدم هذا المصطلح لوصف الحالات التي يكون فيها بائعين كبيرين اثنين فقط يهيمنان على البنية التنافسية في حين تتكيف البقية من الباعة الصغار مع سلوكهما. كما يطلق على البائعين الكبيرين اسم "الاحتكار الثنائي".

تخفيض التكاليف

تتحقق اقتصاديات السلم في مؤسسة ما لما تقوم هذه الأخيرة بخفض تكاليفها الوحدوية من خلال زيادة حجم الإنتاج (هذا يعني انخفاض متوسط التكاليف كلما ارتفع الإنتاج) ولهذا يتعين على المؤسسة امتلاك القدرة على توزيع تكاليفها الثابتة على كميات اكبر من الإنتاج . كمثال على ذلك، تنخفض التكلفة الوحدوية لمنتوج ما كلما ارتفع عدد المنتجات المحملة على متن نفس الشاحنة أو تكون الشاحنة ذات حجم اكبر مما يسمح لها بنقل المزيد من المنتجات، حيث يتطلب في جل الحالات استخدام سائق واحد.

اقتصاديات التشكيلة

تتحقق اقتصاديات التشكيلة في مؤسسة ما لما تقوم هذه الأخيرة بخفض تكاليف إنتاجها من خلال توسيع تشكيلتها من المنتجات والخدمات (إنتاج مشترك) ، ولهذا ينبغي على المؤسسة امتلاك القدرة على استخدام مكونات متماثلة، بنفس التسهيلات ونفس الموظفين لإنتاج العديد من المنتجات. على سبيل المثال يمكن لبنك ما بيع منتجات التأمين بالتجزئة في فروعه المحلية بهدف تجزئة تكاليفها الثابتة (مثل إيجار المكتب) على عدد أكبر من المنتجات (منتجات بنكية + منتجات التأمين).

الاقتصاد الغير رسمي (اقتصاد الظل)

Économie informelle

Ce concept recouvre l'activité économique dont les acteurs ne sont soumis ou ne se soumettent que très partiellement à une réglementation, qu'il s'agisse de conditions fixées pour l'exercice d'une profession ou de celles qui régissent les opérations commerciales auxquels ils se livrent (déclaration au registre du commerce, facturation, obligations fiscales, obligations sanitaires.....)

L'absence d'informations précises sur le fonctionnement de cette économie rend extrêmement difficile le développement d'une analyse concurrentielle

ويشمل هذا المفهوم النشاط الاقتصادي الذي لا تخضع أطرافه الفاعلة إلى لائحة تنظيمية تحدد الشروط اللازمة لممارسة مهنة أو تلك التي تحكم المعاملات التجارية التي يقومون بها. (التسجيل في السجل التجاري. الفوترة. الالتزام الضريبي. الالتزام الصحي..) غياب معلومات دقيقة عن أداء الاقتصاد يجعل من الصعب للغاية تطوير تحليل تنافسي عنه.

Effet de réseau

Des effets de réseau apparaissent si la valeur d'un produit augmente pour un utilisateur avec le nombre d'utilisateurs de ce même produit ou de produits compatibles. Les économistes parlent alors d'externalité de réseau, car lorsque des consommateurs supplémentaires, extérieurs au réseau, rejoignent le réseau de consommateurs existants, ils procurent un avantage aux consommateurs déjà membres du réseau et cet avantage ne trouve pas son origine « à l'intérieur » du réseau mais « à l'extérieur » du réseau.

Il y a un effet de réseau lorsqu'un opérateur de téléphonie qui consent un tarif préférentiel à ses abonnés pour les communications échangées entre eux gagne un nouveau client : en effet plus sa clientèle croît, plus ses clients auront l'occasion de téléphoner avec d'autres abonnés du même réseau en ne payant que le tarif préférentiel.

آثر الشبكة

تظهر آثار الشبكة إذا كانت قيمة منتج ما تزيد بالنسبة لمستخدم تبعاً لعدد مستخدمي المنتج نفسه أو منتجات متوافقة. يتحدث خبراء الاقتصاد إذن حول الآثار الخارجية للشبكة، كما هو الحال عندما ينظم مستهلكون إضافيين من خارج الشبكة إلى شبكة المستهلكين الموجودة فهي توفر ميزة للمستهلكين الذين هم أعضاء الشبكة سلفاً، ولا تنشأ هذه الميزة من داخل الشبكة وإنما من خارجها. هناك تأثير الشبكة عندما يقوم متعامل الهاتف بمنح تعريفية تفضيلية لمشتركه لتبادل الاتصالات فيما بينهم ما يجعله يفوز بزبون جديد، في الواقع كلما زاد الاعتقاد لدى زبانه أكثر كلما ارتفعت الفرصة لدى هؤلاء الزبائن لإجراء مكالمات مع مشتركين آخرين في نفس الشبكة من خلال دفع التعريفية التفضيلية فقط.

Élasticité

Il s'agit de l'indicateur qui permet d'évaluer la réaction d'une valeur à la variation d'une autre valeur. En matière de concurrence, il s'agit essentiellement de calculer la variation des quantités offertes ou demandées lorsque les prix varient. Le rapport des variations donne le coefficient d'élasticité.

Exemple : De quel % la demande de pommes augmente-t-elle lorsque le prix des pommes baisse de 1%.

Si la réponse est 0, la demande est parfaitement inélastique

Si la réponse est +1, la demande est fortement élastique

Si la réponse est entre les deux, l'élasticité est variable

Si la demande augmente quand les prix augmentent, l'élasticité est négative

Enfin, lorsque l'on étudie la variation de la demande d'un produit B (les poires) en fonction de la variation du prix d'un produit A (les pommes), on parle d'élasticité croisée.

المرونة

هي عبارة عن مؤشر يسمح بتقييم استجابة قيمة معينة للتغير الحاصل في قيمة أخرى، من ناحية المنافسة فهي تستخدم أساساً لحساب التغير في الكمية المعروضة أو المطلوبة عند حدوث تغير في الأسعار. تلخص العلاقة بين هذه التغيرات في معامل يسمى معامل المرونة.

مثال : ما هي النسبة المئوية للزيادة في الطلب على التفاح نتيجة انخفاض سعره بـ 1 بالمائة

إذا كانت الإجابة 0 : الطلب غير مرّن تماماً .

إذا كانت الإجابة +1 : الطلب قوي المرونة .

إذا كانت الإجابة ما بين 0 و +1 : المرونة متغيرة .

إذا ارتفع الطلب نتيجة ارتفاع السعر : المرونة سالبة

وأخيراً، عند دراسة التغير في الطلب على المنتج "ب" ليكن (الإجاص) اعتماداً على التغير في سعر المنتج "أ" ليكن (التفاح) نتحدث هنا عن المرونة المتقاطعة .

Engagements (voir : Prescriptions)

الالتزامات (انظر: المتطلبات)

Enquête sectorielle ou personnalisée (voir aussi : Demande de renseignements)

Ensemble d'opérations de recherche d'informations qui sont menées afin d'évaluer si le fonctionnement d'un secteur (enquête sectorielle) ou si les pratiques ou projets des entreprises actives dans ce secteur (enquêtes ciblées) sont compatibles ou non avec le bon fonctionnement de la concurrence.

Outre les officiers et agents de police judiciaire, ces

تحقيق حسب القطاعات او مخصص (انظر أيضاً: طلب معلومات)

هو جل عمليات البحث عن المعلومات التي تجرى لتقييم ما إذا كان أداء قطاع معين (تحقيق حسب القطاعات) أو ما إذا كانت الممارسات أو مشاريع المؤسسات الناشطة في هذا القطاع (تحقيقات مستهدفة) متوافقة أو غير متوافقة مع الأداء الجيد للمنافسة.

إلى جانب الضباط و أعوان الشرطة القضائية، تجرى هذه التحقيقات أساساً إما من قبل أعوان وزارة التجارة أو من مقرري مجلس المنافسة

enquêtes sont principalement menées soit par les agents du ministère du commerce soit par les rapporteurs du Conseil de la concurrence qui y sont habilités en application de l'article 49 bis de l'Ordonnance modifiée et complétée n° 03-03 du 19 juillet 2003 .

Pour mener à bien ces enquêtes, les personnels visés ci-dessus disposent des pouvoirs mis en place par la loi n° 04-02 du 23 juin 2004 pour la mise en œuvre des règles applicables aux pratiques commerciales.

Entent ou Cartel (voir aussi : Accord horizontal et Accord vertical)

Arrangements entre entreprises destinés à limiter ou à éliminer la concurrence s'exerçant sur elles.

L'article 6 de l'Ordonnance modifiée et complétée n° 03-03 du 19 juillet 2003 prohibe ce type d'arrangements quand ils ont pour objet ou peuvent avoir pour effet d'empêcher, de restreindre ou de fausser le libre jeu de la concurrence dans un même marché ou dans une partie substantielle de celui-ci.

Dans la pratique, les arrangements les plus graves sont dénommés « cartels » ; ils consistent à fixer les prix, à limiter la production, à partager les marchés, à attribuer des clients ou des territoires, à manipuler des procédures d'appel d'offres ou plusieurs de ces éléments en même temps. Les ententes sont préjudiciables aux consommateurs et à la société dans son ensemble du fait que les entreprises impliquées appliquent des prix plus élevés (et réalisent des bénéfices plus importants) que sur un marché concurrentiel.

Une entente ne peut être qualifiée en droit de la concurrence que si elle intervient entre 2 ou plusieurs entreprises indépendantes. Cela signifie qu'on ne peut qualifier d'entente ni un accord entre 2 entreprises qui font partie juridiquement d'un même groupe (structure dans laquelle aucune décision importante ne peut être prise par une entreprise sans l'accord de l'autre) ni la relation qui s'établit entre une entreprise et l'agent qu'elle charge de la représenter dès lors que cet agent ne dispose d'aucune liberté pour fixer les termes de la transaction dont il est chargé : par exemple, un représentant rémunéré à la commission mais tenu de vendre aux conditions fixées par son commettant ne peut être considéré comme un entrepreneur indépendant au sens du droit de la concurrence. (voir aussi sur ce point particulier la rubrique « Mandataire »)

Entreprise

Aux fins de la législation antitrust algérienne (article 3-a de l'Ordonnance modifiée et complétée n° 03-03 du 19 juillet 2003), on entend par entreprise toute personne physique ou morale, de droit privé ou détenue par les pouvoirs publics, exerçant de manière durable des activités de production, de distribution, de services ou d'importation.

Pour que ces conditions soient remplies, il n'est pas obligatoire qu'une entreprise ait pour vocation de dégager des bénéfices; de même, les organismes publics ne sont pas exclus d'office.

Une personne morale est un organisme (société, association, groupement...) dont les règles de fonctionnement sont fixées

المركز لهم وفقا للمادة 49 من الامر رقم 03-03 المعدل و المتمم والمؤرخ في 19 جويلية 2003 .

للتفويض الجيد لهذه التحقيقات فان الموظفين المشار إليهم أعلاه يملكون الصلاحيات التي ينص عليها القانون رقم 02-04 من 23 يونيو 2004 لتنفيذ القواعد المطبقة على الممارسات التجارية.

الاتفاق أو الكارتل (راجع أيضا: اتفاق الأفقي والعمودي)

هو عبارة عن ترتيبات بين المؤسسات للحد من أو القضاء على المنافسة التي تمارس عليهم.

و تمنع المادة 06 من الأمر 03/03 المؤرخ في 19 يوليو سنة 2003 المعدل و المتمم المتعلق بالمنافسة هذه الاتفاقات أو الترتيبات عندما يقصد بها عرقلة حرية المنافسة أو الحد منها أو الإخلال بها في نفس السوق أو في جزء كبير منه.

في الممارسة العملية تسمى الترتيبات الأكثر خطرا على المنافسة بكارتيولات (اتحادات الاحتكار) بحيث يتفقون على تحديد الأسعار، الحد من الإنتاج ، تقاسم الأسواق، تخصيص الزبائن أو الأقاليم، التلاعب بإجراءات المناقصات، كما يمكن الاتفاق على العديد من هذه العناصر في آن واحد. تحدث هذه الاتفاقات اضرارا للمستهلكين و المجتمع ككل إذ ان المؤسسات هي المسؤولة على ارتفاع الأسعار و كسب أرباح اكبر إلا إذا كانت الأسواق تنافسية .

في قانون المنافسة، لا يمكن اعتبار وجود اتفاق إلا إذا حدث بين مؤسستين مستقلتين أو أكثر وهذا يعني أنه لا يمكننا اعتبار الاتفاق على أنه اتفاق بين مؤسستين هما من الناحية القانونية جزءا من نفس المجموعة (الهيكل الذي لا يمكن من خلاله للمؤسسة اتخاذ أي قرار مهم دون موافقة الطرف الآخر) و لا على أنه العلاقة التي تنشأ بين المؤسسة والعون المكلف بتمثيلها بحيث أن هذا العون لا يملك الحرية في تحديد شروط المعاملة المكلف بها : على سبيل المثال لا يمكن اعتبار وكيل للجنة ما يكون ملزم فيها بالبيع بالشروط التي يحددها موكله ، مقال مستقل بالمعنى المقصود في قانون المنافسة (حول هذه النقطة بالذات راجع العنوان " الوكيل ").

المؤسسة

طبقا للتشريع الجزائري لمكافحة الاحتكار (المادة 3 - أ من الأمر المعدل و المتمم رقم 03-03 المؤرخ في 19 يوليو 2003) المؤسسة هي كل شخص طبيعي أو اعتباري، خاص أو المملوك من قبل الحكومة ، يمارس بطريقة دائمة لأنشطة الإنتاج و التوزيع والخدمات أو الاستيراد.

لاستفاء هذه الشروط ليس إلزاميا على المؤسسة أن تهدف إلى تحقيق الأرباح ، كذلك فان الهيئات العمومية ليست مقصاة تلقائيا من هذا التعريف .

الشخص الاعتباري هو منظمة (شركة، مجمع، تجميع ...) التي تحدد

par la loi. Au sein de cet organisme, il est possible de mettre en commun les moyens dont disposent plusieurs personnes physiques (ou morales) dans le but d'atteindre l'objectif que cet organisme s'est fixé.

Les entreprises indépendantes (voir la rubrique Entente) qui exercent de manière durable des activités de production, de distribution, de services ou d'importation sont, en général, soumises au droit de la concurrence.

Les entreprises étrangères dont l'activité se développe et a des effets sur le territoire algérien n'échappent pas à la règle. Voir aussi sur ce point la rubrique « Théorie des effets ».

Entreprise commune (voir aussi : Contrôle commun)

Association d'entreprises ou de personnes physiques constituée en vue de mener à bien un projet précis. On considère, notamment dans le droit de l'Union européenne que les entreprises communes sont des entreprises contrôlées en commun par au moins deux autres entreprises. Dans la pratique, la notion recouvre un large éventail d'opérations, qui vont des opérations de type «fusion» à des opérations de simple coopération en vue d'activités spécifiques, comme la recherche et le développement, la production ou la distribution. Les créations d'entreprises communes de plein exercice qui agissent sur le marché indépendamment de leurs sociétés mères sont considérées comme des opérations de concentration qui relèvent du règlement sur les concentrations.

Entreprise indépendante (voir : Entente ou Cartel)

Entreprise publique

Entreprise sur laquelle les pouvoirs publics exercent directement ou indirectement une influence prépondérante du fait de la propriété, de la participation financière ou des règles qui la régissent. L'influence prépondérante des pouvoirs publics est en particulier supposée lorsqu'ils:

- détiennent la majorité du capital souscrit de l'entreprise,
- disposent de la majorité des voix attachées aux parts émises par l'entreprise ou
- peuvent désigner plus de la moitié des membres de l'organe d'administration, de direction ou de surveillance de l'entreprise.

Exclusivité (voir aussi: Distribution exclusive)

Aux termes de l'article 10 de l'Ordonnance : « Est considéré comme pratique ayant pour effet d'empêcher, de restreindre ou de fausser le libre jeu de la concurrence et interdit tout acte et/ou contrat, quels que soient leur nature et leur objet, conférant à une entreprise une exclusivité dans l'exercice d'une activité qui entre dans le champ d'application de la présente ordonnance. »

Cette interdiction très générale s'applique à la fois aux opérations de production, de distribution et de prestations de services.

A priori, elle s'applique aussi bien aux ententes ou accords verticaux qu'aux ententes ou accords horizontaux.

قواعد عملها بموجب القانون. و في إطار هذه المنظمة، يمكن تجميع الموارد المتاحة للعديد من الأفراد الطبيعيين (أو الاعتباريين) من أجل تحقيق الهدف الذي وضعته هذه المنظمة لنفسها. وعادة ما تخضع المؤسسات المستقلة (انظر قسم الاتفاق) التي تمارس بطريقة دائمة بنشاطات الإنتاج، التوزيع، الخدمات أو الاستيراد لقانون المنافسة.

المؤسسات الأجنبية التي تعرف تطور في نشاطاتها ولها آثار على الإقليم الجزائري لا تتعارض مع القاعدة (راجع نظرية الآثار)

مؤسسة مشتركة (راجع أيضا : الرقابة المشتركة) :

هي عملية تجميع بين مؤسسات أو أشخاص طبيعيين الغرض منها تنفيذ مشروع معين ، في قوانين الاتحاد الأوروبي تعتبر المؤسسات المشتركة تلك المؤسسات الخاضعة للرقابة المشتركة عن طريق مؤسستين أو أكثر ، في الممارسة العملية، يشتمل المفهوم على مجموعة واسعة من العمليات التي تحول العمليات من نوع "الاندماج" إلى عمليات تعاون بسيط لأنشطة محددة مثل البحث والتطوير والإنتاج أو التوزيع. تعتبر عمليات خلق مؤسسات ذات الوظيفة الكاملة و التي تعمل في السوق بشكل مستقل عن شركتها الأم عمليات تجميع المندمجة تحت لائحة التجميع .

المؤسسات المستقلة (انظر: اتفاق أو كارتل)

المؤسسة العمومية :

هي المؤسسة التي تمارس عليها السلطات العمومية اثر كبير مباشر أو غير مباشر بحكم الملكية أو المشاركة المالية أو القواعد التي تحكمها. يفترض أن يكون الأثر المهيمن للسلطات العمومية بصفة خاصة في الحالات التالية:

- امتلاك أغلبية رأس المال المكتتب به للمؤسسة .
- التحكم في غالبية أصوات المساهمين في المؤسسة .
- إمكانية تعيين أكثر من نصف أعضاء الهيئة الإدارية، لإدارة أو مراقبة المؤسسة.

الحصرية (انظر أيضا : توزيع حصري):

وفقا لأحكام المادة 10 من الأمر " يعتبر عرقلة لحرية المنافسة أو الحد منها أو الإخلال بها و يحظر كل عمل و/ أو عقد مهما كانت طبيعته و موضوعه يسمح لمؤسسة بالاستئثار في ممارسة نشاط يدخل في مجال تطبيق هذا الأمر".

و يطبق هذا الحظر على كل عمليات الإنتاج والتوزيع و تقديم الخدمات. و من المرجح أن يطبق على الاتفاقات العمودية كما يطبق أيضا على الاتفاقيات الأفقية.

Il n'existe à ce jour aucun exemple d'application de cette disposition.

En contraste avec le texte de l'Ordonnance, le droit européen de la concurrence a adopté une position beaucoup plus nuancée et considère que de telles pratiques d'exclusivité ne sont dangereuses pour le droit de la concurrence que lorsqu'elles sont mises en place par des entreprises qui disposent d'une certaine puissance sur le marché.

Pour plus de précisions, on pourra se reporter aux articles du glossaire qui traitent des accords horizontaux ou des accords de spécialisation mais surtout à l'article sur la distribution exclusive.

Exemptions (pour l'application du droit de la concurrence)

Aux termes de l'Ordonnance modifiée et complétée n° 03-03 du 19 juillet 2003, le droit de la concurrence ne s'applique pas:

- A la fixation des prix des biens et services de première nécessité ou de large consommation qui peuvent être contrôlés par l'Etat en cas de perturbation sensible du marché, pour lutter contre la spéculation et pour préserver le pouvoir d'achat (article 5 de l'Ordonnance modifiée et complétée n° 03-03 du 19 juillet 2003)
- Aux accords et pratiques qui résultent de l'application d'un texte législatif ou d'un texte réglementaire pris pour son application (article 9 de l'Ordonnance modifiée et complétée n° 03-03 du 19 juillet 2003). Il en va de même des concentrations qui résultent de l'application d'un texte législatif ou réglementaire (article 21 bis de l'Ordonnance modifiée et complétée n° 03-03 du 19 juillet 2003)
- Aux accords et pratiques mais aussi aux concentrations 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 une position concurrentielle sur le marché. (articles 9 et 21 bis de l'Ordonnance modifiée et complétée n° 03-03 du 19 juillet 2003)
- Enfin, lorsque l'intérêt général le justifie, le Gouvernement peut autoriser d'office ou à la demande des parties concernées la réalisation d'une concentration rejetée par le Conseil de la concurrence (article 21 de l'Ordonnance modifiée et complétée n° 03-03 du 19 juillet 2003).

Extraterritorialité (voir : Théorie des effets)

F

Facilité essentielle

Dispositif ou infrastructure nécessaires pour exercer une activité. Une facilité est essentielle lorsque sa reproduction est impossible ou extrêmement difficile en raison de contraintes physiques, géographiques, juridiques ou économiques. Prenons l'exemple d'un réseau électrique national utilisé par les différents producteurs d'électricité pour approvisionner les consommateurs finaux: dans la

لا يوجد لحد الآن مثال تطبيقي لهذه الحكم .

على عكس نص هذا الأمر، فإن قانون المنافسة الأوروبي تبنى موقفا أكثر دقة إذ يعتبر أن هذه الممارسات "العقود الحصرية" تشكل خطرا على قانون المنافسة عند تنفيذها من طرف بعض المؤسسات التي لها بعض القوة داخل السوق .

لمزيد من التفاصيل، يمكن الرجوع إلى مواد من قاموس المصطلحات الذي تناول الاتفاقات الأفقية واتفاقات التخصص ولكن بالأخص المادة المتعلقة بالتوزيع الحصري.

الإعفاءات (في تطبيق قانون المنافسة)

بموجب أحكام الأمر رقم 03-03 المعدل و المتمم و المؤرخ 19 يوليو 2003 لا يطبق قانون المنافسة في الحالات التالية:

- تحديد أسعار السلع والخدمات الضرورية أو ذات الاستهلاك الواسع و التي يمكن السيطرة عليها من قبل الدولة في حالة اضطراب محسوس في السوق و هذا لمكافحة المضاربة والحفاظ على القوة الشرائية (المادة 5 من الأمر المعدل و المتمم رقم 03-03 في 19 يوليو 2003).
- الاتفاقات والممارسات التي تنجم عن تطبيق نص قانوني أو نص تنظيمي يتخذ لتطبيقه (المادة 9 من الأمر المعدل و المتمم رقم 03-03 في 19 يوليو 2003). و نفس الشيء بالنسبة للتجميعات التي تنتج عن تطبيق نص تشريعي أو تنظيمي (المادة 21 من الأمر المعدل و المتمم رقم 03-03 في 19 يوليو 2003).
- الاتفاقات والممارسات وحتى التجميعات التي يمكن أن يثبت أصحابها أنها تؤدي لاسيما إلى تطوير قدراتها التنافسية أو تساهم في تحسين التشغيل أو من شأنها السماح للمؤسسات الصغيرة و المتوسطة بتعزيز وضعيتها التنافسية في السوق.(المادتان 09 و 21 من الأمر المعدل و المتمم رقم 03-03 في 19 يوليو 2003).
- أخيرا يمكن أن ترخص الحكومة تلقائيا إذا اقتضت المصلحة العامة لذلك أو بناء على طلب من الأطراف المعنية بالتجميع الذي كان محل رفض من مجلس المنافسة (المادة 21 من الأمر المعدل و المتمم رقم 03-03 في 19 يوليو 2003).

خارج الإقليم (انظر: نظرية الأثر)

التسهيل الأساسي:

هو عبارة عن إجراء أو بنية تحتية ضرورية لممارسة نشاط ما . يكون التسهيل أمر أساسي عندما تكون عملية إعادة الإنتاج غير ممكنة أو تواجهها صعوبات كبيرة سواءا مادية ، جغرافية ، قانونية او اقتصادية .

فلنأخذ كمثال الشبكة الكهربائية الوطنية و التي تستخدم من طرف مختلف منتجي الكهرباء في عملية تزويد المستهلكين النهائيين في

mesure où il ne serait pas viable pour ces producteurs de construire leur propre réseau de distribution, ils dépendent de l'accès à l'infrastructure existante.

Le fait pour le titulaire d'une facilité essentielle d'en refuser l'accès à ses concurrents peut être considéré comme un abus de position dominante de la part de l'entité contrôlant cette facilité, notamment lorsque cela empêche toute concurrence sur un marché situé en aval.

Franchise

Type particulier d'accord par lequel une entreprise (le franchiseur) concède à une autre (le franchisé), moyennant une compensation financière directe ou indirecte, le droit d'exploiter un ensemble de droits de propriété intellectuelle et/ou de savoir faire (franchise) aux fins de la production et/ou de la commercialisation de certains types de produits et/ou de services. Cet ensemble de droits porte généralement sur des marques ou noms déposés, des logos, des méthodes, des modèles, des droits d'auteur, un savoir-faire ou des brevets. Un accord de franchise prévoit habituellement des obligations en ce qui concerne:

- 1) l'utilisation d'un nom commun ou d'un logo commun et une présentation uniforme des locaux et/ou des moyens de transport;
- 2) la transmission par le franchiseur d'un savoir-faire au franchisé;
- 3) la fourniture continue par le franchiseur d'une assistance commerciale et technique au franchisé pendant la durée de l'accord.

G

Griefs (voir :Notification des griefs)

Grossiste

Intermédiaire de la chaîne de distribution qui achète le produit en grande quantité au producteur et le revend en plus petites quantités à d'autres grossistes ou aux détaillants.

Groupement d'entreprises ou Consortium

Un groupement d'entreprises est un ensemble d'entreprises indépendantes qui de façon durable ou pour la réalisation d'un contrat particulier décident de mettre leur moyens en commun et de présenter des offres conjointes. La constitution de ces groupements permet aux entreprises de participer à des opérations qui nécessitent normalement des moyens plus importants ou des compétences plus larges que ceux dont elles disposent individuellement. Les consortiums sont courants, par exemple, dans le secteur de la construction dans lequel les grands projets (bâtiments, autoroutes) exigent une étroite coopération entre entreprises d'ingénierie, d'urbanisme et de construction.

Importation (voir: Distribution)

الحالات التي يستعصى فيها على المنتجين بناء شبكة التوزيع الخاصة بهم يعتمدون على اللجوء إلى البنية التحتية الموجودة .

لمجرد أن حامل التسهيل الأساسية يمنع منافسيه من اللجوء إليها فهذا يمكن اعتباره من طرف الهيئة المراقبة على التسهيل ، تصف في استعمال لوضعية الهيمنة ، لا سيما عندما يمنع هذا كل منافسة في السوق موجود في المصب.

الامتياز:

هو نوع خاص من الاتفاق تقوم بموجبه المؤسسة (مانح الامتياز) بمنح أخرى (المستفيد من الامتياز) عن طريق تعويض مالي مباشرة أو غير مباشر الحق في استغلال مجموعة من حقوق الملكية الفكرية و / أو المهارة (الامتياز) لإنتاج و / أو تسويق أنواع معينة من السلع و / أو الخدمات. هذه المجموعة من حقوق تتعلق عموما بعلامات تجارية أو أسماء مسجلة أو شعارات أو أساليب أو نماذج أو حقوق المؤلف أو الخبرة الفنية أو براءات الاختراع. عادة ما تحتوي اتفاقية الامتياز على الالتزامات المتعلقة بـ :

1. استخدام اسم شائع أو شعار مشترك وعرض موحد للمحلات و / أو وسائل النقل؛
2. انتقال الخبرة الفنية من المانح للامتياز إلى المستفيد منه.
3. توفير المساعدة التجارية والتقنية من قبل مانح الامتياز إلى المستفيد من الامتياز خلال مدة الاتفاق.

الشكاوي (انظر: الإخطار بالشكاوي)

تاجر جملة

هو عبارة عن وسيط في سلسلة التوزيع بحيث يقوم بشراء المنتج بكميات كبيرة من عند المنتج وبيعه بكميات أقل لتجار الجملة الآخرين أو تجار التجزئة .

تجميع المؤسسات

هو عبارة عن مجموعة من المؤسسات المستقلة تقوم على نحو دائم إبرام عقد خاص يتم بموجبه وضع مواردها للاستخدام المشترك و كذلك تقديم عروض مشتركة، تشكيل هذه المجمعات يسمح للمؤسسات من المشاركة في العمليات التي تتطلب عادة المزيد من الموارد أو خبرات أوسع من تلك التي لديهم بشكل مستقل. هذه الاتحادات شائعة، على سبيل المثال في قطاع البناء والتشييد والتي تتطلب مشاريعها الضخمة (المباني، الطرق السريعة) التعاون الوثيق بين شركات الهندسة والتخطيط والبناء.

الاستيراد (انظر: التوزيع)

**Indice de concentration sur un marché =
Indice Herfindahl-Hirschmann(IHH)**

Il s'agit d'un indice de concentration du marché qui est utilisé par de nombreuses autorités de la concurrence. Il permet d'évaluer le degré de concentration du pouvoir de marché des entreprises qui opèrent sur un marché donné. Cet indice est calculé en additionnant les carrés des parts de marché de toutes les entreprises du secteur. Lorsque, par exemple, sur un marché comptant cinq entreprises, chacune d'elles détient une part de marché de 20 %, l'IHH est alors égal à: $400 + 400 + 400 + 400 + 400 = 2\ 000$. Plus l'IHH d'un marché donné est élevé, plus la production est concentrée entre un petit nombre d'entreprises. D'une manière générale, lorsque l'IHH est inférieur à 1 000, la concentration du marché est considérée comme faible; lorsqu'il est compris entre 1 000 et 1 800, elle est considérée comme moyenne et lorsqu'il est supérieur à 1 800, elle est considérée comme élevée.

Injonction

Le Conseil de la concurrence peut formuler des injonctions, motivées, visant à mettre fin aux pratiques restrictives de concurrence qu'il a constatées.(article 45 de l'Ordonnance modifiée et complétée n° 03-03 du 19 juillet 2003). Ces injonctions se présentent sous la forme d'ordres de faire ou de ne pas faire telles ou telles actions détaillées dans la décision.

J

Joint Venture (voir : Entreprise commune)

L

Lettre de compatibilité (voir : Attestation négative)

M

Mandataire (voir aussi : Entente)

Personne morale ou physique à qui est confiée par un tiers l'exécution d'une mission. Normalement le mandataire est libre de choisir les moyens à mettre en œuvre pour remplir cette mission et il est donc responsable de ses pratiques. Toutefois, certains contrats de mandats fixent de façon précise les règles à suivre dans l'exécution de ce mandat : dans ce cas les pratiques mises en œuvre ne sont pas imputables au mandataire mais au mandant. Dans ce dernier type de situation, les contrats entre les entreprises et leurs mandataires ne peuvent en aucun cas être qualifiés d'entente et –a fortiori- de pratique restrictive de concurrence.

**مؤشر التجميع في السوق = مؤشر Herfindahl-
(IHH) Hirschmann**

يتعلق مؤشر التجميع في السوق المستخدم من قبل العديد من سلطات المنافسة، بحيث يسمح بقياس درجة تجميع سلطة السوق للمؤسسات الناشطة في سوق معينة. ويتم احتساب هذا المؤشر عن طريق الجمع التريبي لحصص السوق لجميع المؤسسات في القطاع. على سبيل المثال، في سوق يضم خمس شركات، كل واحدة منها لديها حصة في السوق تبلغ 20٪، إذن مؤشر HHI يساوي: $400 + 400 + 400 + 400 + 400 = 2\ 000$. كلما كان المؤشر IHH لسوق ما مرتفع، كلما كان الإنتاج مجمع في عدد قليل من المؤسسات. بصفة عامة عندما يكون HHI أقل من 1000، يعتبر تجميع السوق منخفض. وعندما يكون بين 1000 و 1800، يعتبر تجميع متوسط وعندما يكون HHI أكبر من 1800، يعتبر تجميع عالي.

الأمر:

يمكن لمجلس المنافسة أن يصيغ أوامر مغللة ترمي إلى وضع حد للممارسات المقيدة للمنافسة و التي تمت معاينتها (المادة 45 من الأمر المعدل والمتمم رقم 03-03 في 19 يوليو 2003) تقدم هذه الأوامر على شكل أوامر للقيام أو عدم القيام بعملية أو عمليات مفصلة في القرار.

مشروع مشترك (انظر : مؤسسة مشتركة)

رسالة التوافق (انظر: الشهادة السلبية)

الوكيل (راجع أيضا: الاتفاق)

هو شخص طبيعي أو اعتباري يتم تعيينه من قبل طرف ثالث لتنفيذ مهمة معينة . بطبيعة الحال يكون المفوض أو الوكيل حر في اختيار الوسائل اللازمة لإنجاز هذه المهمة و بالتالي فهو المسؤول عن الممارسات التي يقوم بها . و لكن، بعض عقود تفويض تحدد بصورة دقيقة القواعد الواجب إتباعها في عملية تنفيذ هذا التفويض : في هذه الحالة فان الممارسات لا تنسب إلى المفوض أو الوكيل وإنما إلى صاحب التفويض . في هذا النوع الأخير من الحالات ، العقود المبرمة بين المؤسسات وعملاتها لا يمكن أن تكون بأي حال من الأحوال اتفاق أو بالأحرى ممارسة مقيدة للمنافسة.

Manipulation des procédures d'appel d'offres (voir aussi : Marchés publics)

Certaines opérations de manipulation des appels d'offre peuvent prendre la forme de pratiques restrictives de concurrence.

Quand, au lieu de faire une offre avec son meilleur prix pour emporter un marché, un entrepreneur se rapproche de ses concurrents et négocie un arrangement qui permettra d'emporter le marché en demandant un prix plus élevé, ce type de manipulation qui fausse le jeu de la concurrence est sanctionné par le droit de la concurrence (sans préjudices d'autres sanctions de nature pénale).

Marché en amont

Marché se trouvant au stade précédent dans la chaîne de production et de distribution d'un produit; par exemple, les marchés de la production et de la distribution en gros de véhicules automobiles sont situés en amont du marché de la vente de ces véhicules aux consommateurs finals.

Marché en aval

Marché se trouvant au stade suivant dans la chaîne de production et de distribution d'un produit; par exemple, les marchés de la distribution en gros et au détail de véhicules automobiles se situent en aval du marché de la production de ces véhicules.

Marché connexe

Marché qui porte sur un produit ou un service qui ne fait pas partie du marché dont le fonctionnement est étudié mais dont le fonctionnement peut être influencé par le fonctionnement du marché principalement étudié.

Inversement le fonctionnement d'un marché connexe peut avoir une influence sur le fonctionnement du marché étudié. On peut donner en exemple le marché des pièces de rechange automobiles qui est un marché connexe au marché automobile lui-même.

Marché pertinent ou Marché en cause

Le marché pertinent est le marché sur lequel il convient d'apprécier l'effet des pratiques restrictives de concurrence qui sont examinées.

Ce marché pertinent est défini en déterminant successivement :

- la nature des produits ou services concernés par les pratiques (voiture ou pièces détachées par exemple, service de publicité ou service bancaire....). D'une manière générale, le marché de produits ou services en cause comprend tous les produits et/ou services que le consommateur considère comme interchangeables ou substituables en raison de leurs caractéristiques, de leurs prix et de l'usage auquel ils sont destinés. (article 3-b de l'Ordonnance modifiée et complétée n° 03-03 du 19 juillet 2003)

- le type d'opérations pratiquées sur ces produits ou service (production, importation, distribution, réparation,

التلاعب بإجراءات المناقصات (راجع أيضا : الصفقات العمومية) :

بعض عمليات التلاعب في المناقصات قد تأخذ شكل الممارسات التقييدية للمنافسة.

فبدلاً من تقديم عرض بأفضل الأسعار لكسب الصفقة، يقوم مقاول ما بالتفاوض مع منافسيه حول اتفاق يسمح له بانتزاع الصفقة بسعر أعلى، هذا النوع من العمل يعتبر ممارسة مضادة للمنافسة من خلال التشريع الخاص بالمنافسة، بغض النظر عن العقوبات الجزائية الأخرى لمثل هاته الأعمال.

سوق المنبع (السوق الأفقي) :

يقع في مرحلة متقدمة من سلسلة الإنتاج و التوزيع لمنتوج ما. كمثال فإن أسواق الإنتاج والتوزيع بالجملة للسيارات توجد في مرحلة متقدمة عن سوق بيع السيارات للمستهلكين النهائيين.

السوق المصبب (السوق العمودي) :

يقع هذا السوق في المرحلة الأخيرة من سلسلة الإنتاج و التوزيع لمنتوج ما. كمثال فإن أسواق التوزيع بالجملة و التجزئة للسيارات توجد في مرحلة متأخرة عن سوق إنتاج هذه السيارات

السوق المرتبط :

هي السوق المتعلقة بمنتوج أو خدمة ما حيث لا تنتمي هذه الأخيرة إلى السوق محل الدراسة لكن يمكن لأدائها أن يتأثر بأداء السوق المدروسة أساساً.

على عكس ذلك، يمكن لأداء السوق ذات الصلة أن يكون له أثر على أداء السوق المدروس. مثال ذلك أسواق قطع غيار السيارات و الذي هو سوق متصل بسوق السيارات نفسه.

السوق ذات الصلة أو السوق الملانم:

السوق ذات الصلة هي السوق التي لا بد أن تقيم فيه آثار الممارسات التقييدية التي تم فحصها.

يتم تعريف السوق ذات الصلة تبعاً لـ:

• طبيعة السلع أو الخدمات المعنية بممارسات (مثل السيارات أو قطع غيار أو خدمة الإشهار أو الخدمات المصرفية....). بصفة عامة، سوق المنتجات أو الخدمات ذات الصلة يشمل جميع المنتجات و / أو الخدمات التي يعتبرها المستهلك قابلة للتداول أو للاستبدال بسبب خصائصها، أسعارها و الاستخدام الذي كانت معدة له. (المادة 3 ب من الأمر رقم 03-03 في 19 يوليو 2003 المعدل والمتمم)؛

• نوع المعاملات التي تمارس على هذه السلع أو الخدمات (إنتاج، استيراد، توزيع، إصلاح، السمسرة...);

• الإقليم الجغرافي المتأثر بهذه الممارسة. السوق الجغرافية المأخوذة بعين الاعتبار هو الإقليم الذي تتشارك فيه المؤسسات المعنية في المعروض من السلع والخدمات المقدمة كما ان ظروف

courtage...),

- le territoire géographique affecté par les pratiques. Le marché géographique à prendre en considération est le territoire sur lequel les entreprises concernées sont engagées dans l'offre des biens et des services donnés et sur lequel les conditions de concurrence sont suffisamment homogènes. Il peut être distingué de zones géographiques voisines parce que les conditions de concurrence y diffèrent de manière appréciable.

C'est la définition du marché qui permet, entre autres, de calculer les parts de marché des opérateurs sur ce marché. Et ce sont ces parts de marché qui permettent d'apprécier si une entreprise jouit d'une position dominante ou si des entreprises qui ont passé une entente disposent d'un pouvoir d'influencer de façon substantielle le fonctionnement du marché et donc la fixation des prix.

Marché public (voir aussi : Manipulation des procédures d'appel d'offres)

L'article 2 de l'Ordonnance modifiée et complétée n° 03-03 du 19 juillet 2003 dit explicitement que les dispositions du droit de la concurrence s'appliquent aux marchés publics

Mesures correctives ou conditions (voir : Prescriptions et Engagements)

Mesures provisoires ou Mesures conservatoires

En application de l'article 46 de l'Ordonnance modifiée et complétée n° 03-03 du 19 juillet 2003, le Conseil peut prendre des mesures provisoires dans le cadre du traitement des dossiers de pratiques restrictives de concurrence lorsqu'il est urgent de contrôler une situation susceptible de provoquer un préjudice imminent et irréparable aux entreprises dont les intérêts sont affectés par les agissements des entreprises en cause ou de nuire à l'intérêt économique général.

Ministère du Commerce

Ministère qui partage avec le Conseil de la Concurrence la responsabilité de la mise en œuvre directe de la législation algérienne relative à la concurrence.

Au sein de ce ministère, la direction de la concurrence qui dépend de la direction générale de la régulation et de l'organisation des activités et de la réglementation (DGROA), est chargée spécialement de la réglementation applicable et des relations avec le conseil de la concurrence. De son côté, la direction du contrôle des pratiques commerciales et anticoncurrentielles, au sein de la direction générale du contrôle économique et de la répression des fraudes (DGCERF), est chargé du contrôle sur le terrain du respect du droit de la concurrence

Monomarchisme

Ce terme englobe tant des obligations de non-concurrence que des quotas d'achat.

المنافسة فيها متجانسة بما فيه الكفاية. و يمكن تمييزها عن المناطق المجاورة لأن ظروف المنافسة تختلف بشكل ملحوظ. تعريف السوق هو الذي يسمح، بين الفينة و أخرى، حساب حصص السوق للمتعاملين في هذا السوق. و الحصص السوقية هي التي تسمح بتقييم ما إذا كانت المؤسسة لديها وضعية الهيمنة أو إذا كانت المؤسسات التي أبرمت معها اتفاق تملك قوة تأثير كبيرة على أداء السوق وبالتالي التسعيرة. (يمكنك الاطلاع باهتمام على بيان المفوضية حول تعريف السوق ذات الصلة المتعلق بقانون المشترك للمنافسة).

الصفقة العمومية (انظر أيضا: إجراءات التعامل مع المناقصات):

تنص المادة 2 من المرسوم المعدل والمتمم 03-03 من 19 يوليو 2003 صراحة على أن أحكام قانون المنافسة تنطبق على الصفقات العمومية.

التدابير التصحيحية أو الشروط (انظر: المتطلبات والالتزامات)

التدابير المؤقتة أو التدابير الاحترازية:

طبقا لأحكام المادة 46 من الأمر رقم 03-03 المؤرخ 19 يوليو 2003 المعدل والمتمم، يمكن للمجلس اتخاذ تدابير احترازية في إطار معالجة الملفات المتعلقة بالممارسات المقيدة للمنافسة، إذا اقتضت ذلك الظروف المستعجلة لتفادي وقوع ضرر محقق غير ممكن إصلاحه، لفائدة المؤسسات التي تأثرت مصالحها من جراء هذه الممارسات أو عند الإضرار بالمصلحة الاقتصادية العامة.

وزارة التجارة :

تتقاسم وزارة التجارة المسؤولية مع مجلس المنافسة في تنفيذ المباشر للتشريع الجزائري المتعلق بالمنافسة. على مستوى الوزارة، تضم المديرية العامة لضبط النشاطات و تنظيمها (DGROA) مديرية المنافسة و المكلفة خصيصا بالتنظيم المطبق و العلاقات مع مجلس المنافسة. من جانبها، فإن مديرية مراقبة الممارسات التجارية والمضادة للمنافسة التابعة للمديرية العامة للرقابة الاقتصادية وقمع الغش (DGCERF) مكلفة بالمراقبة الميدانية لمدى احترام قانون المنافسة.

أحادي العلامة التجارية :

يشتمل هذا المصطلح كل من التزامات عدم المنافسة و حصص الشراء.

- Une obligation de non-concurrence est un mécanisme obligatoire ou incitatif contenu dans un contrat d'approvisionnement ou de distribution, qui amène l'acheteur à ne pas produire, acheter, vendre ou revendre des produits en concurrence avec les produits contractuels, ou à couvrir au moins 80 % de ses besoins concernant ce type de produit auprès de son fournisseur attitré.
 - Les quotas d'achat imposés à l'acheteur sont une forme adoucie d'obligation de non-concurrence, où les mesures d'incitation ou les engagements convenus entre fournisseur et acheteur ont pour conséquence que l'acheteur concentre une grande partie de ses achats, mais moins de 80 %, sur la ou les marques d'un fournisseur.
- Le monomarchisme peut prendre la forme d'une obligation directe de ne pas acheter de produits de marques concurrentes (souvent appelée «achats liés»), mais également d'engagements d'achat minimal, de remises de quantité ou de remises de fidélité. Du point de vue de la concurrence, cette pratique pourrait déboucher sur un verrouillage du marché pour les fournisseurs concurrents, pourrait faciliter la collusion entre fournisseurs en cas de recours fréquent à cette pratique et, dans le cas où l'acheteur est un distributeur, pourrait réduire la concurrence inter-marques sur le point de vente.

Monopole et monopsonne

Situation d'un marché sur lequel il n'existe qu'un seul vendeur (monopoleur) ou qu'un seul acheteur (monopsonneur). Etant donné l'absence de concurrence, cet opérateur possède un pouvoir de marché extrêmement fort, équivalent à l'existence d'une position dominante absolue. En cas de monopole, lorsque l'activité de celui-ci n'est pas réglementée, la production est normalement inférieure et les prix supérieurs à ce qu'ils seraient dans des conditions concurrentielles. On peut également considérer qu'un monopoleur réalise des bénéfices supérieurs à la moyenne (c'est-à-dire des bénéfices qui dépassent la rémunération normale du capital). Dans le cas d'un monopsonne, on constate au contraire des prix anormalement bas à l'achat et des prix anormalement élevés à la revente. On distingue traditionnellement les monopoles dits « naturels » et les monopoles dits « légaux ». Les monopoles sont dits « naturels » lorsqu'ils se constituent en s'appuyant sur le fait que plus les activités sont concentrées dans une seule main, meilleurs sont les performances économiques de l'entreprise qui en assure la responsabilité. En d'autres termes, nous sommes en présence d'une activité économique à « rendements croissants » pour laquelle, plus les opérations sont concentrées, meilleurs sont leurs rendements. Les monopoles sont dits « légaux », lorsque le monopole dont bénéficie une entreprise n'est pas obligatoirement le résultat de la logique économique mais découle d'une décision prise par le législateur qui confie à tel ou tel organisme l'exercice exclusif d'une activité économique. A noter enfin l'existence de monopole dont le pouvoir de marché peut reposer sur le droit exclusif d'exploiter une facilité essentielle.

- الالتزام بعدم المنافسة هو آلية التزامية أو تحفيزية متضمنة في عقد توريد أو توزيع ، بحيث تلزم المشتري نفسه بعدم إنتاج، شراء ، بيع أو إعادة بيع منتجات منافسة للمنتجات موضوع العقد أو تغطية على الأقل 80 بالمائة من احتياجاته من هذا النوع من المنتجات من المورد المرخص به.
- تأخذ حصص الشراء المفروضة على المشتري شكلا أقل التزامية عدم المنافسة بحيث تلزم المشتري بتركيز جزء كبير من مشترياته لكن أقل من 80 بالمائة على علامات تجارية لمورد ما .

قد تأخذ أحادية العلامات التجارية شكل التزام مباشر بعدم شراء العلامات التجارية المنافسة (غالباً ما تسمى "مشتريات مرتبط")، وقد تأخذ أيضاً شكل التزامات شراء لكن بحد أدنى، تخفيضات الكمية أو تخفيضات الوفاء .

من وجهة نظر المنافسة، يمكن لهذه الممارسة أن تؤدي إلى غلق السوق على الموردين المتنافسين، تسهل التواطؤ بين الموردين في حالة اللجوء المتكرر لهذه الممارسة و إضعاف المنافسة بين العلامات التجارية عند نقطة البيع في حالة ما إذا كان المشتري هو الموزع.

احتكار البيع واحتكار الشراء:

- هي حالة السوق التي لا يوجد بها سوى بائع واحد (محتكر) أو مشتر واحد. ونظراً لغياب المنافسة ، هذا المتعامل لديه قوة سوق قوية للغاية أي ما يعادل وجود وضعية هيمنة مطلقة.
- في حالة الاحتكار، عندما يكون النشاط غير منظم، الإنتاج يكون منخفض والأسعار تكون مرتفعة مما سيكون في ظل ظروف تنافسية. كما يمكن أيضاً اعتبار المحتكر هو ذلك الذي يحقق أرباح أعلى من المتوسط (يعني الأرباح التي تتجاوز العائد الطبيعي لرأس المال) .
- في حالة احتكار الشراء، فإن الأسعار الغير عادية تكون منخفضة في عملية الشراء والأسعار الغير العادية تكون عالية في عملية البيع. نميز تقليدياً بين الاحتكارات الطبيعية والاحتكارات القانونية
- 1/ الاحتكارات الطبيعية : عندما تكون معظم الأنشطة تتركز في يد واحدة ، الأفضل هي للأداء الاقتصادي التي تضمن المسؤولية، و بعبارة أخرى، نحن في وجود نشاط اقتصادي مع "عائدات متزايدة"، وكلما ازداد تركيز العمليات، كانت عائداتها أفضل.
 - 2/ الاحتكارات القانونية : لما لا يكون الاحتكار الذي تتمتع به المؤسسة بالضرورة نتيجة منطق اقتصادي ولكن نتيجة لقرار هيئة تشريعية تعطي به لتنظيم معين الحق الحصري لممارسة نشاط اقتصادي . وأخيراً، هناك احتكار يمكن أن تستند سلطته السوقية إلى الحق الاستثنائي في استغلال التسهيلات أساسية.

N

Notification d'une concentration

الإخطار عن تجميع :

L'Ordonnance modifiée et complétée n° 03-03 du 19 juillet 2003 dans son article 17 oblige les entreprises à notifier au Conseil de la concurrence toute concentration dont la part de marché (en ce qui concerne le volume des achats ou celui des ventes) dépasserait 40%.

Les entreprises participantes ne sont pas autorisées à réaliser l'opération de concentration tant que celle-ci n'a pas été notifiée et que le Conseil ne l'a pas déclarée compatible avec le fonctionnement de la concurrence. (articles 20 et 61 de l'Ordonnance modifiée et complétée n° 03-03 du 19 juillet 2003)

تلتزم المادة 17 من الأمر 03/03 المؤرخ في 19 يوليو سنة 2003 المعدل و المتمم المتعلقة بالمنافسة المؤسسات بتبليغ مجلس المنافسة بأي تجميع من شأنه ان تتجاوز حصته السوقية 40 بالمائة . لا يسمح للمؤسسات المشاركة في انجاز عملية التجميع إذا كانت هذه الأخيرة غير مبلغ عنها و أن المجلس لم يعلن إنها متوافقة مع سير المنافسة (المادة 20 و المادة 61 من الأمر رقم 03-03 المعدل و المتمم المؤرخ 19 يوليو 2003).

Notification des griefs ou Rapport

Termes génériques utilisés pour désigner le document qui contient la description des pratiques restrictives de concurrence mises en évidence lors de l'instruction d'une plainte.

Ce document est au centre de la procédure contradictoire qui permet aux parties concernées d'exprimer leur position en réponse aux griefs qui sont exposés dans la notification.

L'article 54 de l'Ordonnance modifiée et complétée n° 03-03 du 19 juillet 2003 utilise le terme de rapport. C'est donc un rapport qui est « notifiée » par le Conseil de la concurrence aux personnes ou aux entreprises concernées pour ouvrir la période du « contradictoire » au cours de laquelle les parties vont faire valoir leur position. Ce n'est qu'à l'issue de cette période contradictoire que le Conseil rendra sa décision sur les pratiques qui lui sont soumises.

بيان الاعتراضات أو التقرير:

هي مصطلحات عامة تستخدم لوصف الوثيقة التي تحتوي على وصف الممارسات المقيدة للمنافسة التي تم تحديدها أثناء التحقيق في الشكوى. هذه الوثيقة هي أساس عملية النزاع التي تسمح للأطراف المعنية بالتعبير عن موقفها ردا على الشكاوى التي تعرضوا لها في البيان. تستخدم المادة 54 من الأمر 03-03 من 19 يوليو 2003 المعدل و المتمم مصطلح التقرير .

هو تقرير "مخطر" من طرف مجلس المنافسة للأشخاص أو الشركات المعنية لفتح فترة "نزاع" و التي يقوم خلالها الأطراف بتأكيد مواقفهم. ولن يتخذ المجلس قراره بشأن الممارسات التي تقدم إليه إلا في نهاية هذه الفترة.

Nullité

L'article 14 de l'Ordonnance modifiée et complétée n° 03-03 du 19 juillet 2003 interdit les engagements, conventions ou clause contractuelle qui restreignent la concurrence sous peine de nullité.

Aux termes de l'article 13 de l'Ordonnance modifiée et complétée n° 03-03 du 19 juillet 2003 , ces accords sont nuls à moins d'être exemptés de ladite interdiction en application des articles 8 ou 9 de l'Ordonnance modifiée et complétée n° 03-03 du 19 juillet 2003 .

Echappent notamment à la nullité les pratiques qui ont fait l'objet d'une attestation négative de la part du Conseil de la concurrence (article 8 de l'Ordonnance modifiée et complétée n° 03-03 du 19 juillet 2003) ou pour lesquelles les entreprises ont demandé une autorisation (article 9 de l'Ordonnance modifiée et complétée n° 03-03 du 19 juillet 2003).

بطلان

تحظر المادة 14 من الأمر المعدل و المتمم رقم 03-03 المؤرخ 19 يوليو 2003 الالتزامات والاتفاقات أو الشروط التعاقدية التي تحد من المنافسة تحت طائلة البطلان.

و بموجب المادة 13 من المرسوم رقم 03-03 المعدل و المتمم المؤرخ في 19 جويلية 2003، هذه الاتفاقات باطلة ما لم تعفى من هذا الحظر بموجب المادتين 8 أو 9 من المرسوم المعدل و المتمم رقم 03-03 المؤرخ 19 جويلية 2003

لا تعد الممارسات باطلة التي كانت موضوع رأي سلبي من طرف مجلس المنافسة (المادة 8 من الأمر 03-03 المعدل و المتمم المؤرخ في 19 جويلية 2003) أو تلك التي كانت محل ترخيص من مجلس المنافسة بطلب من المؤسسات (المادة 9 من الأمر 03-03 المعدل و المتمم المؤرخ في 19 جويلية 2003).

O

Oligopole (voir aussi : collusion)

احتكار القلة:

Situation d'un marché sur lequel il n'existe qu'un petit nombre de vendeurs ou un petit nombre d'acheteurs. Les entreprises qui sont actives sur ce marché se connaissent et ont conscience du fait que lorsqu'elles prennent une décision importante concernant, par exemple, le prix, la production et la qualité des produits en cause cette décision affectera sensiblement les autres entreprises et leur comportement sur le marché. En conséquence, chaque entreprise tiendra certainement compte des éventuelles réactions des autres acteurs.

Dans les affaires de concurrence, le terme est également souvent utilisé pour désigner des situations où, à côté d'un nombre restreint de gros opérateurs, il existe un nombre plus ou moins important d'entreprises petites ou moyennes qui adaptent leur comportement à celui des gros opérateurs.

Le terme d'oligopoleurs est fréquemment utilisé pour qualifier les grosses entreprises qui, à 2 ou 3, à 3 ou 4..., occupent une place prépondérante sur le marché.

Un marché oligopolistique est un marché sur lequel le risque d'entente est plus important que sur un marché où les entreprises en concurrence sont nombreuses. Des entreprises en situation oligopolistique sont aussi susceptibles de s'organiser pour occuper une position dominante collective et abuser de cette position.

P

Parasitisme

C'est le fait pour une entreprise (ou une personne) de tirer profit des actions et des efforts réalisés par une autre personne sans en supporter ou en partager les coûts. Par exemple un détaillant peut prendre la décision de former des démonstrateurs (et d'en supporter les coûts) afin de mieux informer les clients potentiels sur le fonctionnement d'un appareil ménager et d'augmenter ainsi ses ventes. Cependant, d'autres détaillants qui ne supportent pas ces coûts peuvent offrir des prix inférieurs à celui offerts par l'entreprise qui a formé les démonstrateurs. Ces détaillants sont ainsi perçus comme des «parasites» profitant des efforts — notamment financiers — fournis par le premier détaillant qui ne sera plus incité à poursuivre ses efforts de promotion du produit.

Part de marché

Mesure de l'importance relative d'une entreprise au sein d'une branche d'activité ou sur un marché donné, par rapport à la production, aux ventes ou à la capacité de production de l'ensemble des entreprises de cette branche ou de ce marché. Parmi les objectifs commerciaux des entreprises fréquemment cités figurent, outre la croissance des bénéfices, l'accroissement de la part de marché, car il existe souvent une corrélation positive entre la part de marché, les économies d'échelle et les bénéfices.

Dans le domaine de la concurrence, les parts de marché sont un indicateur important de l'existence d'un pouvoir de marché. À cet égard, il convient non seulement d'examiner le niveau des parts de marché en termes absolus, mais de le

هي حالة السوق التي لا يوجد فيها سوى عدد قليل من البائعين أو عدد قليل من المشترين. الشركات التي تنشط في هذا السوق يعرفون و يدركون أنه عند اتخاذ قرار هام، على سبيل المثال، أسعار، الإنتاج و نوعية المنتجات المعنية بهذا القرار تؤثر بشكل كبير على الشركات الأخرى وسلوكهم في السوق. و نتيجة لذلك فإن كل شركة سوف تنظر بالتأكد ردود الفعل المحتملة من الجهات الفاعلة الأخرى.

على سبيل المثال، سعر وإنتاج وجودة المنتجات المعنية هذا القرار سوف تؤثر بشكل كبير على الشركات الأخرى وسلوكها في السوق. ونتيجة لذلك، فإن كل شركة سوف تنظر بالتأكد ردود الفعل المحتملة من الجهات الفاعلة الأخرى.

في قضايا المنافسة، غالبا ما يستخدم هذا المصطلح للإشارة إلى الحالات التي يكون فيها، إلى جانب عدد قليل من شركات كبيرة، هناك عدد مهم من الشركات الصغيرة والمتوسطة التي تتكيف مع سلوك لتلك الشركات الكبيرة.

غالبا ما يستخدم هذا المصطلح من لوصف الشركات الكبرى التي مع 2 أو 3، 3 أو 4...، تحتل مكانة بارزة في السوق.

إن سوق احتكار القلة هو سوق تكون فيه مخاطر الاتفاق أكبر من السوق الذي يوجد فيه العديد من الشركات المتنافسة. من المرجح أن تقوم الشركات التي في وضعية احتكار القلة بتنظيم نفسها للاحتلال مركزا مهيمنًا جماعيا و التعسف في هذه الوضعية.

التطفل :

هو استفادة مؤسسة (أو شخص) من إجراءات و جهود بذلها شخص آخر دون دعمه أو تقاسم التكاليف معه. على سبيل المثال، تاجر تجزئة يستطيع اتخاذ قرار تكوين عارضين (و تحمل التكاليف) لإعلام أفضل للزبائن المحتملين حول استخدام أحد الأجهزة المنزلية، وبالتالي زيادة المبيعات. و لكن، تاجر التجزئة الآخرين الذين لا يتحملون هذه التكاليف يمكن أن يقدموا أسعار أقل من تلك التي تقدمها المؤسسة التي دربت العارضين. هذه الفئة من التجار ينظر إليهم بمثابة "متطفلين" يستفيدون من الجهود الممولة من طرف تاجر التجزئة الأول الذي لن يكون محفزا على مواصلة جهود تطوير منتجاته

حصصة السوق :

هي قياس الأهمية المتعلقة بمؤسسة ما ضمن فرع من نشاط أو سوق معين بالمقارنة مع الإنتاج، المبيعات أو القدرة الإنتاجية لجميع مؤسسات هذا القطاع أو هذا السوق. و من بين الأهداف التجارية للشركات المذكورة غالبا، يوجد، بالإضافة إلى ذلك نمو الأرباح، وزيادة حصتها في السوق، حيث غالبا ما تكون هناك علاقة إيجابية بين حصتها في السوق و اقتصاديات الحجم والأرباح.

في مجال المنافسة، حصص السوق هي مؤشر هام على وجود قوة السوق. في هذا الصدد، من الضروري ليس فقط دراسة مستوى حصص السوق من حيث القيمة المطلقة، بل أيضا لمقارنتها بمستوى المنافسين. و مع ذلك، فحتى الشركات التي لديها حصص سوقية كبيرة لا تملك بالضرورة قوة سوقية، على سبيل المثال، الحواجز التي تحول دون الدخول إلى هذه السوق (انظر مصطلح "حواجز الدخول") منخفضة

جدا. وأن خطر هذا الدخول يحول دون ممارسة تلك السلطة.

comparer également à celui des concurrents. Toutefois, même les entreprises dont les parts de marché sont importantes ne détiennent pas nécessairement un pouvoir de marché, lorsque, par exemple, les barrières à l'entrée sur ce marché (voir le terme « Barrières à l'entrée ») sont très faibles et que la menace d'une telle entrée empêche l'exercice dudit pouvoir.

Perquisition

La perquisition est l'opération contraignante mise en œuvre pour rechercher des éléments de preuve d'une infraction au domicile d'une personne ou dans les locaux d'une entreprise. Cette opération est coercitive. Elle doit, dans de nombreuses législations, être autorisée par un juge.

En droit algérien, lorsqu'il s'agit de la recherche d'éléments de preuve d'une pratique restrictive de concurrence (comme c'est aussi le cas, par exemple, pour les infractions fiscales), on rappelle qu'au termes de l'article 50 de la loi n°04-02 du 23 juin 2004 fixant les règles applicables aux pratiques commerciales (dont l'application a été étendue par l'article 49 bis de l'Ordonnance modifiée et complétée n° 03-03 du 19 juillet 2003 aux pratiques restrictives de concurrence) : « Les fonctionnaires [.....] peuvent, sans se voir opposer le secret professionnel, consulter tout document administratif, financier ou comptable ainsi que tout support magnétique ou informatique. Ils peuvent exiger leur communication en quelque main où ils se trouvent et procéder à leur saisie ».

En outre, aux termes de l'article 52 de la même loi de 2004 : « Les fonctionnaires [.....] ont libre accès dans les locaux commerciaux, bureaux, annexes, locaux d'expédition ou de stockage et, d'une manière générale, en quelque lieu que ce soit à l'exception de l'accès aux locaux à usage d'habitation qui doit se faire conformément aux dispositions du code de procédure pénale. »

Plainte et Saisine

L'article 44 de l'Ordonnance modifiée et complétée n° 03-03 du 19 juillet 2003 donne la liste des personnes qui peuvent engager une procédure contre des pratiques réputées restrictives de concurrence : le ministre du commerce, les entreprises, les collectivités locales, les institutions économiques et financières, les associations professionnelles et syndicales et les associations de consommateurs peuvent saisir le Conseil de la concurrence. De plus, le Conseil de la concurrence peut aussi se saisir lui-même lui-même. Dans ce dernier cas, on parle d'autosaisine.

Position dominante (voir aussi : Abus de position dominante)

Aux termes de l'article 3-c de l'Ordonnance modifiée et complétée n° 03-03 du 19 juillet 2003, une entreprise occupe une position dominante lorsqu'elle détient sur le marché « une position de puissance économique qui lui donne le pouvoir de faire obstacle au maintien d'une concurrence effective ». Cette position lui donne la possibilité de comportements indépendants dans une mesure appréciable vis à vis de ses concurrents, clients,

بحث

إن عملية البحث هي العملية التقييدية التي يتم إجراؤها للبحث عن أدلة على وقوع جريمة في منزل شخص ما أو في مكان عمل تجاري. وهذه العملية قسرية. ويجب أن يأذن بها القاضي في العديد من التشريعات. في القانون الجزائري، لما يتعلق الأمر بالتفتيش عن عناصر الأدلة لممارسات مقيدة للمنافسة (كما هو الشأن للمخالفات الجبائية) تنص المادة 50 من القانون 02-04 المؤرخ في 23 جوان 2004 المحدد للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية (مدد التطبيق بالمادة 49 مكرر من الأمر المعدل والمتمم رقم 03-03 المؤرخ في 19-07-2003 الخاص بالممارسات المقيدة للمنافسة): " يمكن للموظفين المذكورين في المادة 49 اعلاه القيام بتفحص كل المستندات الإدارية أو التجارية أو المالية أو المحاسبية، وكذا أية وسيلة مغناطيسية أو معلوماتية، دون أن يمنعا من ذلك بحجة السر المهني، و يمكنهم ان يشترطوا استلامها حيثما وجدت والقيام بحجزها".

من جهة أخرى المادة 52 من نفس القانون تنص كما يلي "للموظفين المذكورين في نص المادة 49، حرية الدخول للمحلات التجارية والمكاتب والملحقات وأماكن الشحن أو التخزين، وبصفة عامة إلى أي مكان باستثناء المحلات السكنية التي يتم دخولها طبقا لأحكام قانون الاجراءات الجزائية".

الشكوى و الإخطار:

تقدم المادة 44 من الأمر المعدل والمتمم رقم 03-03 المؤرخ في 19 يوليو 2003 قائمة الأشخاص التي باستطاعتهم اتخاذ إجراءات ضد الممارسات المقيدة للمنافسة و بإمكانهم إخطار مجلس المنافسة وهم : وزير التجارة، المؤسسات، الجماعات المحلية، الهيئات الاقتصادية والمالية، الجمعيات المهنية والنقابية وجمعيات حماية المستهلكين. زيادة على ذلك، يمكن لمجلس المنافسة أن يخطر نفسه بنفسه أو ما يسمى بـ: "الإخطار الذاتي".

وضعية الهيمنة (انظر ايضا: التعسف في وضعية الهيمنة)

بموجب المادة 3 الفقرة ج من الأمر 03-03 المعدل والمتمم المؤرخ في 19-07-2003، تحتل مؤسسة وضعية الهيمنة عندما تملك في السوق " وضعية قوة اقتصادية في السوق المعني من شأنها عرقلة قيام منافسة فعلية" هذه الوضعية تعطىها إمكانية القيام بتصرفات منفردة إلى حد معتبر إزاء منافسيها أو زبائنها أو ممونيها وفي الأخير المستهلك النهائي.

fournisseurs et, en définitive, du consommateur final.

Une entreprise en position dominante, détenant un tel pouvoir de marché, a la possibilité de fixer ses prix à un niveau supérieur à celui qui résulterait d'une situation concurrentielle, de vendre des produits de qualité inférieure ou de ramener son niveau d'innovation à un seuil inférieur à celui qui serait le sien sur un marché que se disputent les entreprises.

article 7 de l'Ordonnance modifiée et complétée n° 03-03 du 19 juillet 2003 énumère des pratiques susceptibles de constituer un abus de position dominante :

- Limiter l'accès au marché ou l'exercice d'activités commerciales ;
- limiter ou contrôler la production, les débouchés, les investissements ou le progrès technique ;
- répartir les marchés ou les sources d'approvisionnement ;
- faire obstacle à la fixation des prix par le libre jeu du marché en favorisant artificiellement leur hausse ou leur baisse ;
- appliquer à l'égard de partenaires commerciaux des conditions inégales à des prestations équivalentes en leur infligeant de ce fait un désavantage dans la concurrence ;
- subordonner la conclusion de contrats à l'acceptation par les partenaires de prestations supplémentaires qui, par leur nature ou selon les usages commerciaux, n'ont pas de lien avec l'objet de ces contrats

Il n'est pas illégal de détenir une position dominante, car celle-ci peut être obtenue par des moyens concurrentiels légitimes, par exemple en concevant et en vendant un meilleur produit. En revanche, les règles de concurrence n'autorisent pas les entreprises à abuser de leur position dominante ou à acquérir une position dominante de façon artificielle par voie de concentration.

Une position dominante peut également être détenue en commun par deux ou plusieurs entités économiques indépendantes liées par des liens économiques sur un marché donné. Il s'agit dans ce cas d'une position dominante collective (ou encore conjointe ou oligopolistique).

Au niveau européen, l'arrêt Gencor, a posé qu'il n'existe aucune raison d'exclure de la notion de lien économique entre entreprises la relation d'interdépendance existant entre membres d'un oligopole restreint dont chacun est en mesure de prévoir les comportements du ou des autres membres de l'oligopole et se trouve donc fortement incités à aligner leur comportement sur le marché.

Pouvoir de marché

Pouvoir d'une entreprise sur un marché donné. En économie, le pouvoir de marché désigne à la base la capacité des entreprises à fixer des prix supérieurs au prix qui résulterait d'une situation de concurrence (il s'agit théoriquement du coût marginal) de façon à s'assurer une meilleure rentabilité. En matière de concurrence, le pouvoir de marché est déterminé à l'aide d'une analyse structurelle du marché, notamment du calcul des parts de marché, qui oblige à examiner s'il existe d'autres producteurs des mêmes produits ou des produits substituables et si leur taille est comparable. L'analyse du pouvoir de marché doit également apprécier les barrières à l'entrée ou à

la sortie de la concurrence. La puissance de marché est la capacité d'une entreprise à influencer le prix de ses produits sur un marché. Elle est mesurée par la part de marché de l'entreprise. Elle est liée à la position dominante. Elle est mesurée par la part de marché de l'entreprise. Elle est liée à la position dominante.

المؤسسة في وضعية الهيمنة و التي تتمتع بقوة سوقية ، لديها إمكانية تحديد الأسعار في مستوى أعلى من تلك الناجمة عن وضع تنافسي، أن تباع منتجات دون المستوى المطلوب أو خفض مستوى الابتكار إلى عتبة أدنى من تلك التي ستكون لها في السوق التي تتنافس فيه المؤسسات.

تنص المادة 07 من الأمر المعدل والمتمم رقم 03-03 المؤرخ في 19 جويلية 2003 على الممارسات التي قد تشكل تصف في وضعية الهيمنة:

- الحد من الدخول في السوق أو في ممارسة النشاطات التجارية فيها؛
- تقليص أو مراقبة الإنتاج أو منافذ التسويق أو الاستثمار أو التطور التقني؛
- اقتسام الأسواق أو مصادر التموين؛
- عرقلة تحديد الأسعار حسب قواعد السوق بالتشجيع المصطنع لارتفاع الأسعار و لانخفاضها؛
- تطبيق شروط غير متكافئة لنفس الخدمات تجاه الشركاء التجاريين، مما يحرهم من منافع المنافسة؛
- إخضاع إبرام العقود مع الشركاء لقبولهم خدمات إضافية ليس لها صلة بموضوع هذه العقود سواء بحكم طبيعتها أو حسب الأعراف التجارية.
- وضعية الهيمنة ليست دوما غير قانونية، لأنه يمكن الحصول عليها بطرق تنافسية شرعية، على سبيل المثال عن طريق تصميم و بيع منتج أفضل. و من ناحية أخرى، فإن قواعد المنافسة لا تسمح للمؤسسات التصف في وضعيتهم المهيمنة أو العمل على كسب وضعية الهيمنة بطريقة اصطناعية عن طريق التجميع.
- و يمكن أيضا أن تكون وضعية الهيمنة مشتركة بين اثنين أو أكثر من المؤسسات الاقتصادية المستقلة المرتبطة اقتصاديا في سوق معين. في هذه الحالة، تكون وضعية الهيمنة جماعية (مشتركة أو احتكارية القلّة).

على المستوى الأوروبي، نص قرار جاتكور « GENCOR » أنه لا يوجد أي سبب لاستبعاد فكرة الرابطة الاقتصادية بين المؤسسات في علاقة الترابط القائمة بين أعضاء احتكار القلّة كل منها قادرة على التنبؤ بسلوكيات غيرها من أعضاء احتكار القلّة، وبالتالي وجود حافز قوي لإتباع نفس السلوك في السوق .

القوة السوقية:

قوة المؤسسة في سوق معين. في الاقتصاد، معناه قدرة هذه الأخيرة على تحديد أسعار مرتفعة عن الأسعار الناجمة عن وضعية المنافسة (نظريا يتعلق بالتكلفة الهامشية) لضمان مزيد من الربحية.

في مجال المنافسة، تحدد قوة السوق عن طريق تحليل هيكل للسوق لاسيما حساب حصص السوق، أمر الذي يتطلب منها أن تدرس إمكانية وجود منتج آخرين لنفس المنتج أو المنتجات القابلة للاستبدال وإذا حجمها قابل للمقارنة .

يجب أن يقدر تحليل قوة السوق حواجز الدخول و التوسع ودرجة الابتكار. يمكن لها إدخال الشروط النوعية أيضا، لاسيما الموارد المالية، التكامّل الأفقي، أو مجموعة المواد المعروضة من قبل المؤسسة،

l'expansion et le degré d'innovation. Elle peut par ailleurs faire intervenir des critères qualitatifs, tels que les ressources financières, l'intégration verticale ou la gamme de produits offerte par l'entreprise concernée.

Pratiques anticoncurrentielles

Cette expression « Pratiques anticoncurrentielles » est parfois utilisée en lieu et place et avec le même sens que l'expression « pratiques restrictives de concurrence » qui est le plus couramment retenue dans les textes officiels.

On note ainsi qu'une direction du ministère du commerce s'intitule « Direction des pratiques commerciales et anticoncurrentielles ».

Pratiques commerciales (illicites, frauduleuses, déloyales, abusives)

Il s'agit de pratiques qui, le plus souvent, ne portent pas directement atteinte au fonctionnement de la concurrence sur un marché donné mais qui contreviennent aux autres règles fixées pour l'exercice d'une activité commerciale ou qui sont susceptibles de causer un préjudice particulier à un autre opérateur économique ou au consommateur directement (Loi 04-02 du 23 juin 2004 fixant les règles applicables aux pratiques commerciales).

On peut citer pour illustrer cette autre catégorie de pratiques

- Le non affichage des prix
- Le refus de vente
- L'absence de facturation
- Exercice d'une activité sans les autorisations requises
- Le dénigrement
- La discrimination
- La publicité mensongère.....

On note que certaines pratiques commerciales (dénigrement, discrimination...) peuvent être simultanément des pratiques restrictives de concurrence, cette dernière qualification dépendant de leur intensité et de leur impact sur le fonctionnement du marché.

Pratique concertée (voir aussi : Collusion et Entente ou Cartel)

Coordination entre entreprises qui, sans être allées jusqu'à conclure un accord formel, ont sciemment adopté une coopération de fait plutôt que de s'exposer aux risques d'un marché concurrentiel. Une pratique concertée peut consister dans une prise de contact directe ou indirecte entre entreprises dont l'intention ou le résultat est soit d'influer sur le comportement du marché, soit de faire connaître à leurs concurrents le comportement qu'elles entendent adopter à l'avenir.

Pratique d'exclusion (voir aussi : Barrières à l'entrée)

Pratique d'une entreprise en position dominante qui, par des pratiques restrictives de concurrence, cherche à interdire ou à rendre plus difficile l'accès de ses concurrents au marché. On peut donner en exemple la décision d'une entreprise occupant une position dominante sur le marché

الممارسات المضادة للمنافسة

يستخدم هذا المصطلح أحيانا " الممارسات المضادة للمنافسة " في مكان ومع نفس معنى مصطلح "الممارسات المقيدة للمنافسة" الأكثر تداولاً في النصوص الرسمية.

على سبيل المثال، مديرية تابعة لوزارة التجارة تعرف بـ "مديرية الممارسات التجارية والمضادة للمنافسة".

الممارسات التجارية (الغير شرعية، تضليلية، غير النزيهة، التعسفية)

هي ممارسات، في كثير من الأحيان، لا تشكل مباشرة عائقاً لسير المنافسة في سوق معين ولكنها تتعارض مع القواعد الأخرى المحددة لممارسة نشاط تجاري أو تلك التي يمكن أن تشكل ضرراً خاصاً لمتعامل اقتصادي آخر أو للمستهلك مباشرة (القانون 02-04 المؤرخ في 23-06-2004 والمحدد للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية). و يمكننا أن نذكر للتوضيح هذه الفئة الأخرى من الممارسات.....

- عدم الإعلام بالأسعار والتعريفات.
- رفض البيع.
- عدم الفوترة.
- ممارسة نشاط دون تصريح
- تشويه السمعة.
- بيع أو شراء تمييزي.
- الإشهار التضليلي.

كما يمكن لبعض الممارسات التجارية (التمييز ، تشويه سمعة ...) أن تكون مقيدة للمنافسة اعتماداً على قوتها وتأثيرها على أداء السوق.

الممارسة المنسقة (أيضا : التواطؤ و اتفاقيات أو كرتال)

هو التنسيق بين المؤسسات دون إبرام اتفاق رسمي، و اعتمدت على تعاون دون التعرض إلى مخاطر السوق التنافسية. قد تتكون الممارسة المنسقة في الدخول في اتصال مباشر أو غير مباشر بين المؤسسات بمعنى التأثير على وضعية السوق سواء عن طريق التعريف لمنافسهم بالوضعية المعتمدة مستقبلاً.

الممارسة الاقصائية : (انظر ايضا: حواجز الدخول)

ممارسة مؤسسة في وضعية الهيمنة تسعى من خلال الممارسات المقيدة للمنافسة إلى حظر أو لجعل وصول المنافسين إلى السوق أكثر صعوبة. و من الأمثلة على ذلك، قرار مؤسسة في وضعية الهيمنة في سوق الإنتاج لمادة معينة بعدم تموين الزبائن الموزعين لمنتجات

de la production d'un bien donné de ne pas approvisionner les clients qui distribueraient aussi les produits de son ou ses concurrents

Pratiques restrictives de concurrence

En Algérie comme dans de nombreux autres pays, toutes les pratiques susceptibles de porter atteinte au bon fonctionnement de la concurrence sont regroupées sous l'appellation « pratiques restrictives de concurrence ». Ces pratiques recouvrent:

- Les ententes entre entreprises qui visent à obtenir un niveau de prix supérieur à celui qui résulterait d'une situation concurrentielle. (cf article 6 de l'Ordonnance modifiée et complétée n° 03-03 du 19 juillet 2003)
 - Les abus de position dominante c'est-à-dire les situations où une entreprise et parfois plusieurs entreprises, sans avoir besoin de s'entendre, disposent d'une position sur le marché suffisamment puissante pour fixer leurs prix (ou leurs conditions commerciales) à un niveau supérieur à celui qui résulterait d'une situation concurrentielle. (cf article 7 de l'Ordonnance modifiée et complétée n° 03-03 du 19 juillet 2003)
 - Les abus de dépendance économique : ce type d'abus est le fait d'entreprises en position dominante dans leur relation avec des opérateurs économiques qui n'ont d'autre choix que de traiter avec elles. (cf article 11 de l'Ordonnance modifiée et complétée n° 03-03 du 19 juillet 2003)
 - La pratique de prix abusivement bas ayant pour effet d'éliminer ses concurrents pour ensuite relever ses prix au dessus d'un niveau raisonnable. (cf article 12 de l'Ordonnance modifiée et complétée n° 03-03 du 19 juillet 2003)
 - Tout acte ou tout contrat conférant à une entreprise une exclusivité (cf article 10 de l'Ordonnance modifiée et complétée n° 03-03 du 19 juillet 2003)
- A ces pratiques, il convient d'ajouter les opérations de concentration qui aboutissent à la création d'une position dominante (article 15 et suivants de l'Ordonnance modifiée et complétée n° 03-03 du 19 juillet 2003). Le contrôle de ces opérations se distingue du contrôle des autres pratiques énumérées ci-dessus dans la mesure où leur contrôle est préventif et a pour objectif d'empêcher la création « artificielle » de positions dominantes qui seraient ensuite en position d'abuser de leur position dominante.

Prescriptions et Engagements

Afin de mettre un terme aux pratiques restrictives de concurrence ou de prévenir leur mise en œuvre, les autorités de la concurrence peuvent souvent imposer des règles de conduite aux entreprises concernées. De leur côté, les entreprises peuvent prendre des engagements destinés à mettre fin à des pratiques anticoncurrentielles ou au risque de telles pratiques.

Dans le cadre d'un projet de concentration par exemple, une entreprise peut s'engager à procéder à la cession d'une partie de ses activités, divisions ou filiales afin d'éliminer les problèmes de concurrence soulevés par l'accord ou l'opération de concentration notifiés.

En droit algérien, dans le courant d'une procédure de

الممارسات المقيدة للمنافسة:

في الجزائر وعلى غرار اغلب الدول، فإن كل الممارسات التي من شأنها المساس بالسير الحسن للمنافسة قد جمعت تحت تسمية "الممارسات المقيدة للمنافسة" وتشمل هذه الممارسات:

- الاتفاقيات بين المؤسسات التي تهدف إلى الحصول على سعر مرتفع مقارنة بالسعر الناتج عن وضع تنافسية (انظر المادة 06 من الأمر المتمم والمعدل رقم 03-03 المؤرخ في 19 جويلية 2003).

- تعسفات في وضعية الهيمنة في الحالات التي تكون فيها مؤسسة وأحيانا العديد من المؤسسات، دون الحاجة إلى حصول على توافق، لديها وضع قوي بما فيه الكفاية في السوق لتحديد الأسعار (أو شروطهم التجارية) في مستوى أعلى من تلك الناجمة عن الوضعية التنافسية. (انظر المادة 7 من الأمر 03-03 المعدل والمتمم المؤرخ في 19 جويلية 2003).

- التعسفات في التبعية الاقتصادية: هذا النوع من التعسف يكون في المؤسسات المهيمنة في علاقتها مع الفاعلين الاقتصاديين الذين ليس لديهم خيار سوى التعامل معهم (انظر المادة 11 من الأمر 03-03 المعدل والمتمم المؤرخ في 19 جويلية 2003).

- الممارسة بسعر منخفض و الهدف منها إبعاد منافسيها من أجل رفع أسعارها فوق المستوى المعقول (انظر المادة 12 من الأمر المعدل والمتمم رقم 03-03 المؤرخ في 19 جويلية 2003).

كل عمل أو عقد يعطي حق الاستئثار لمؤسسة ما (المادة 10 من الأمر رقم 03-03 المؤرخ في 19 جويلية 2003)

زيادة عن هذه الممارسات من الضروري إضافة عمليات التجميع التي تؤدي إلى إنشاء وضعية هيمنة (المادة 15 من الأمر المعدل والمتمم رقم 03-03 المؤرخ في 19 جويلية 2003). تختلف مراقبة هذه العمليات عن مراقبة الممارسات الأخرى المذكورة أعلاه بقدر ما تكون مراقبتهم وقائية وتهدف إلى منع إنشاء وضعية الهيمنة "مصطنعة" التي من شأنها أن تكون بعد ذلك في وضع تعسفي لوضعية المهنية.

المتطلبات و الالتزامات:

لغرض وضع حد للممارسات المقيدة للمنافسة أو منع تنفيذها، يمكن للسلطات المنافسة في كثير من الأحيان أن تفرض قواعد القيادة على الشركات المعنية. من جانبهم يمكن للشركات تقديم التزامات موجه لإنهاء الممارسات المقيدة للمنافسة أو لمخاطر مثل هذه الممارسات.

في إطار مشروع التجميع على سبيل المثال، يمكن للمؤسسة أن تلتزم بالقيام بالتنازل عن جزء من أنشطتها أو أقسامها أو فروعها للقضاء على مشاكل المنافسة التي أثارها الاتفاق أو التجميع المخطر.

و بموجب القانون الجزائري و في سياق إجراء التجميع، يمكن أن يقبل مجلس المنافسة التجميع أو أن تلتزم المؤسسات المكونة للتجميع من

concentration, le Conseil peut faire des prescriptions ou les entreprises elles-mêmes peuvent souscrire des engagements destinés à atténuer les effets de la concentration sur la concurrence. (article 19 de l'Ordonnance modifiée et complétée n° 03-03 du 19 juillet 2003)

Prix abusivement bas

Aux termes de l'article 12 de l'Ordonnance modifiée et complétée n° 03-03 du 19 juillet 2003 , « Sont prohibées les offres de prix ou pratiques de prix de vente aux consommateurs abusivement bas par rapport aux coûts de production, de transformation et de commercialisation dès que ces offres ou pratiques ont pour objet ou peuvent avoir pour effet d'éliminer d'un marché ou d'empêcher d'accéder à un marché une entreprise ou un de ses produits.

Prix d'équilibre

En économie libérale, le prix d'équilibre est non seulement le prix qui équilibre l'offre et la demande mais surtout le prix qui, grâce à la concurrence, assure la meilleure allocation des facteurs de production (main d'œuvre, capitaux, matières premières) et permet de satisfaire les consommateurs au meilleur prix.

En effet, tant que les prix seront au dessus du prix d'équilibre, de nouvelles entreprises seront attirées vers ce secteur par les profits élevés de sorte que, lorsqu'elles se mettront à produire, les prix auront tendance à baisser et à se rapprocher du coût marginal de production.

En situation de concurrence pure et parfaite, ce processus ne s'arrêtera que lorsque le coût marginal aura rejoint le coût moyen de production et le coût moyen de production, le prix de vente : à partir de ce moment plus aucune entreprise ne réalisera de bénéfice et aucune entreprise ne sera plus incitée à s'engager dans ce type de production.

Prix d'éviction ou prédateurs

Stratégie (délibérée) d'une entreprise, généralement en position dominante, qui consiste à évincer les concurrents du marché en fixant des prix inférieurs aux coûts de production. Si l'entreprise «prédatrice» réussit à éliminer ses concurrents et à dissuader de nouvelles entreprises d'entrer sur le marché, elle peut alors relever ses prix et réaliser des bénéfices plus importants. Le droit de la concurrence interdit aux entreprises en position dominante de pratiquer des prix d'éviction qui sont considérés comme constitutifs d'un abus de position dominante.

On peut supposer que des prix fixés à un niveau inférieur aux coûts variables moyens sont des prix d'éviction, au motif qu'ils n'ont d'autre justification économique que d'éliminer les concurrents, car il serait autrement plus logique de ne produire ni ne vendre un produit dont le prix ne peut être supérieur au coût variable moyen. Lorsque les prix fixés sont inférieurs aux coûts totaux moyens (mais supérieurs aux coûts variables), pour pouvoir les qualifier de prix d'éviction, il faut établir l'existence de quelques éléments supplémentaires démontrant l'intention de l'entreprise prédatrice, car d'autres considérations commerciales, comme la nécessité d'éliminer des stocks, peuvent être à la base de sa politique de prix.

تلقاء نفسها بتعهدات من شأنها تخفيف آثار التجميع على المنافسة.(المادة 19 من الأمر 03-03 المعدل والمتمم المؤرخ في 19 جويلية 2003).

سعر تعسفي منخفض:

تنص المادة 12 من الأمر المعدل والمتمم رقم 03-03 المؤرخ في 19 جويلية 2003 على ما يلي : "يحظر عرض الأسعار أو ممارسة أسعار بيع منخفضة بشكل تعسفي للمستهلكين مقارنة بتكاليف الإنتاج، التحويل والتسويق ، إذا كانت هذه العروض أو الممارسات تهدف أو يمكن أن تؤدي إلى إبعاد مؤسسة أو عرقلة أحد منتجاتها من الدخول إلى السوق.

سعر التوازن:

في الاقتصاد الحر، سعر التوازن ليس فقط سعر توازن بين العرض والطلب و لكن بفضل المنافسة، غالبا ما هذا السعر يضمن إعطاء أحسن عناصر الإنتاج (يد عاملة، رؤوس أموال ، مواد أولية ..) ويسمح بإرضاء المستهلكين بأحسن الأسعار.

بالفعل، عندما تكون الأسعار فوق سعر التوازن، فان مؤسسات جديدة ستجذب إلى هذا القطاع بالأرباح مرتفعة حيث أن في بداية الإنتاج، الأسعار تكون منخفضة بحيث تلامس التكلفة الهامشية للإنتاج.

في وضعية المنافسة الحرة و النزيهة، هذه العملية لن تتوقف إلا عندما تصل التكلفة الهامشية إلى التكلفة المتوسطة للإنتاج و التكلفة المتوسطة للإنتاج إلى سعر البيع. ابتداءا من هذه اللحظة، لن تحقق أي شركة اي أرباح و لن يكون لدى أي شركة أي حافز للمشاركة في هذا النوع من الإنتاج.

سعر الطرد من السوق :

إن إستراتيجية مؤسسة ما في وضعية الهيمنة، عموما، تتركز حول طرد المنافسين من السوق بواسطة تحديد أسعار أقل من تكلفة الإنتاج. إذا كانت المؤسسة الطاردة نجحت في إقصاء منافسيها وردع المؤسسات الجديدة من الدخول إلى السوق، يمكن لها بعد ذلك رفع الأسعار وتحقيق أرباح معتبرة. إن قانون المنافسة يمنع عن المؤسسات المهيمنة من ممارسة الأسعار الطاردة والتي تعد بمثابة تعسف في وضعية الهيمنة.

يمكننا اعتبار الأسعار المحددة في مستوى منخفض من التكلفة المتوسطة المتغيرة أنها أسعار طاردة، بسبب أنها لا حجة لها اقتصاديا إلا إقصاء المنافسين، لأنه سيكون من المنطقي عدم إنتاج ولا بيع منتج لا يمكن أن يكون سعره أعلى من التكلفة المتغيرة المتوسطة. عندما تكون الأسعار المحددة أقل من التكلفة الإجمالية المتوسطة (لكن أعلى من التكاليف المتغيرة) حتى نتمكن من تصنيفها على أنها أسعار طاردة، يجب إثبات وجود بعض العناصر إضافية تبين نية المؤسسة الطاردة، لاعتبارات تجارية أخرى، مثل ضرورة تصريف مخزونات بإمكانها أن تكون كقاعدة لسياستها تجاه الأسعار.

Prix de vente imposés

Accords ou pratiques concertées entre un fournisseur et un distributeur ayant directement ou indirectement pour objet l'établissement d'un prix de vente fixe ou minimal ou d'un niveau de prix de vente fixe ou minimal que le distributeur doit appliquer lorsqu'il revend un produit/service à ses clients. Une disposition prévoyant des prix de vente imposés sera généralement considérée comme une restriction caractérisée de concurrence (clause noire).

Lorsque des dispositions contractuelles ou des pratiques concertées fixent directement le prix de vente, la restriction est flagrante. Toutefois, un prix de vente peut aussi être imposé par des moyens indirects. À titre d'exemples, on pourrait citer un accord qui fixe la marge du distributeur ou le niveau maximal de réduction que peut accorder un distributeur à partir d'un certain niveau de prix prédéfini, un accord qui subordonne au respect d'un niveau de prix déterminé l'octroi de réductions ou le remboursement de coûts promotionnels par le fournisseur, le fait de relier le prix de vente imposé aux prix de vente pratiqués par la concurrence, ainsi que des menaces, des avertissements ou même des sanctions (telles que des pénalités, des retards ou suspensions de livraison ou la résiliation de l'accord) en cas de non-respect d'un certain niveau de prix.

Procès équitable

Procès au cours duquel les parties à qui des pratiques restrictives de concurrence sont reprochées sont mises dans la situation de se défendre dans de bonnes conditions. Ces parties doivent en premier lieu avoir le droit de présenter leurs arguments en défense dans de bonnes conditions (caractère « contradictoire » de la procédure) mais elles doivent aussi bénéficier d'une instruction objective de leur dossier par les services d'enquête et d'instruction et d'un traitement impartial par la formation de jugement.

Protection territoriale absolue (voir aussi : Barrière à l'entrée)

Pratique exercée par des producteurs ou des fournisseurs concernant la revente de leurs produits et entraînant un cloisonnement des marchés ou des territoires. Dans le cas d'une protection territoriale absolue, le producteur n'autorise qu'un seul distributeur à commercialiser son produit dans un territoire donné, toute vente active ou passive dans ce territoire étant interdite aux autres distributeurs.

Puissance d'achat (voir aussi : Dépendance)

Capacité d'un ou de plusieurs acheteurs, fondée sur leur poids économique sur le marché concerné, d'obtenir de leurs fournisseurs des conditions d'achat avantageuses. La puissance d'achat constitue un aspect important de l'équilibre des forces en matière de concurrence car de puissants acheteurs peuvent s'opposer à la politique de puissants vendeurs en matière de prix et créer ainsi un «équilibre des pouvoirs» sur le marché en question.

سعر البيع المفروض :

هي اتفاقات أو ممارسات منسقة بين مورد وموزع مباشر أو غير مباشر تتعلق بإنشاء سعر بيع ثابت أو أدنى أو مستوى سعر بيع ثابت أو أدنى الذي يجب على الموزع تطبيقه عند إعادة بيع المنتج أو تقديم خدمة لعملائه. يعتبر الإجراء الذي يعتمد سعر بيع مفروض، بصفة عامة بمثابة تقييد صريح للمنافسة (بند اسود).

عندما تحدد الأحكام التعاقدية أو الممارسات المنسقة سعر البيع مباشرة، يكون التقييد واضح. لكن، يمكن أن يكون سعر البيع مفروضاً أيضاً بوسائل غير مباشرة. على سبيل المثال، يمكننا أن نذكر الاتفاق الذي يحدد هامش الربح للموزع أو الحد الأقصى لمستوى التخفيض الذي يمكن للموزع أن يمنحه من مستوى سعر محدد مسبقاً، الاتفاق الذي يجعل منح تخفيضات أو تسديد تكاليف ترويجية من قبل المورد خاضعة للائتمثال لمستوى سعر معين، لربط سعر البيع المفروض لأسعار البيع المطبقة بالمنافسة، وكذلك التهديدات أو التحذيرات أو حتى العقوبات (مثل العقوبات عن التأخيرات- التأخيرات، إيقاف التسليم أو فسخ العقود) في حالة عدم الائتمثال لمستوى سعر معين.

محضر عادل :

هو المحضر الذي من خلاله تقوم الأطراف المتهمه بممارسات مقيدة للمنافسة بالدفاع في ظروف جيدة. يجب أن يكون، في بادئ الأمر، لهؤلاء الأطراف الحق في تقديم حجج للدفاع عن نفسها في ظروف جيدة (الطابع المتناقض في الإجراء)، و لكن لا بد أن يستفيد الأطراف من التحقيق الموضوعي لمفاتيحهم من قبل مصالح التحقيقات و المعالجة العادلة من أجل إصدار الحكم.

الحماية الإقليمية المطلقة (انظر أيضا: حاجز للدخول)

هي الممارسة المطبقة من قبل المنتجين أو الموردين فيما تعلق بإعادة بيع منتجاتهم تؤدي إلى تقسيم الأسواق أو الأقاليم، في حالة الحماية الإقليمية المطلقة، لا يسمح المنتج إلا لموزع واحد بتسويق منتوجه في إقليم معين، كل بيع إيجابي (نشط) أو سلبي في هذا الإقليم يعد ممنوعاً لباقي الموزعين..

القوة الشرائية (انظر أيضا: التبعية)

هي قدرة مشتري واحد أو أكثر استنادا إلى وزنهم الاقتصادي في السوق المعنية للحصول على شروط شراء مفيدة. تشكل القوة الشرائية جانب مهم في توازن القوى في مجال المنافسة لأنه يمكن لمشتريين الأقوياء أن يعترضوا سياسة البائعين الأقوياء في مجال السعر و خلق أيضاً توازن القوى في السوق المعني. و لكن، القوة الشرائية لا تنتج عنها بالضرورة آثار إيجابية. على سبيل المثال، عند تواجد مشتري قوي و بائع ضعيف و تستطيع أن تكون النتيجة أسوء في الحالة التي لا

Toutefois, la puissance d'achat ne produit pas nécessairement des effets positifs. Par exemple, lorsqu'un acheteur puissant est en présence de vendeurs faibles, le résultat peut même être pire que lorsque l'acheteur ne jouit pas d'une grande puissance d'achat en face de vendeurs qui, eux, disposent d'importantes parts de marché.

يتمتع المشتري بقدرة شرائية كبيرة مقابل قدرة البائعين الذين لهم حصص معتبرة في السوق

R

Rapport (voir : Notification des griefs)

تقرير (انظر: إعلام الاعتراضات)

Règlements, directives, circulaires...lignes directrices

الأنظمة، تعليمات، المنشورات خطوط توجيهية

Les autorités en charge de la concurrence disposent souvent d'instruments juridiques divers et variés pour définir ou préciser les règles applicables en matière de concurrence, les modalités de leur mise en œuvre et/ou l'interprétation qui est donnée de ces règles par les organismes chargés de les appliquer.

تملك السلطات المسؤولة عن المنافسة، معظم الأحيان، الأدوات القانونية مختلفة و متنوعة لتعريف أو تحديد القواعد المطبقة في مجال المنافسة، شروط تنفيذها و /أو الترجمة المقدمة لهذه القواعد من قبل الهيئات المسؤولة عن تطبيقها.

Au niveau européen la Commission et les Etats membres ont largement recours à ce type d'instruments. On peut citer, par exemple, des règlements d'exemptions par catégorie qui indiquent aux opérateurs économiques les critères à prendre en compte pour déterminer si un accord est compatible ou non avec le droit européen de la concurrence. Ou encore de nombreuses lignes directrices ou communications dont l'objet est de préciser la définition de termes importants (« position dominante, restrictions verticales, accords horizontaux... »).

على المستوى الأوروبي، استخدمت اللجنة والدول الأعضاء على نطاق واسع و بشكل مكثف هذا النوع من الأدوات. بإمكاننا أن نذكر، على سبيل المثال، أنظمة الإعفاء حسب الفئة التي تبين للمتعاملين الاقتصاديين المعايير التي تؤخذ بعين الاعتبار لتحديد ما إذا كان الاتفاق متوافق أم لا مع القانون الأوروبي للمنافسة. أو أيضا العديد من الخطوط التوجيهية أو المداخلات التي تهدف إلى توضيح تعريف المصطلحات الأساسية ("وضعية الهيمنة، القيود العمودية و الاتفاقات الأفقية...").

En ce qui concerne le droit algérien, on note que l'article 34 de l'Ordonnance modifiée et complétée n° 03-03 du 19 juillet 2003 confère au Conseil de la concurrence, dans le cadre de sa mission de régulation efficiente des marchés, de surveillance du bon fonctionnement de la concurrence et de sa promotion, le pouvoir de « prendre toute mesure sous forme notamment de règlement, directive ou circulaire.... »

فيما يتعلق بالقانون الجزائري، تمنح المادة 34 من الأمر رقم 03-03 المؤرخ في 19 جويلية 2003 المعدل و المتمم لمجلس المنافسة، في إطار مهمته ضمان الضبط الفعال للأسواق، المراقبة والسير الحسن للمنافسة و ترقيتها، القدرة على اتخاذ كل تدبير في شكل نظام أو تعليمة أو منشور....."

Régulation (voir : Autorité de régulation)

التنظيم (انظر: سلطة الضبط)

Restrictions caractérisées ou Clauses noires

القيود التمييزية أو البنود السوداء

Restrictions de concurrence par des accords ou pratiques commerciales qui sont considérées par la plupart des pays qui appliquent le droit de la concurrence comme très graves et qui ne produisent généralement aucun effet positif. C'est pourquoi elles enfreignent presque toujours le droit de la concurrence.

هي قيود المنافسة من خلال الاتفاقات أو الممارسات التجارية التي تعتبر في اغلب الدول المطبقة لقانون المنافسة خطيرة و لا تنتج في اغلب الأحيان أي نتيجة ايجابية. لذا فإنها تعرقل في كثير من الأحيان قانون المنافسة.

Les exemples les plus marquants de restrictions caractérisées horizontales sont les ententes sur les prix, le partage des marchés ou la limitation des quantités de biens ou services devant être produites, achetées ou fournies. Les exemples de restrictions caractérisées dans les relations verticales (c'est-à-dire entre des entreprises se situant à des niveaux différents de la chaîne de production ou de distribution) sont les prix de vente imposés et certaines restrictions territoriales.

من أبرز الأمثلة للقيود التمييزية : الأفقية اتفاقات حول الأسعار، تقسيم الأسواق أو تحديد كميات المواد أو الخدمات المنتجة المشتريات أو المسلمة. و أمثلة عن القيود التمييزية في العلاقات العمودية (بمعنى بين مؤسسات تتموقع في مستويات مختلفة في سلسلة الإنتاج أو التوزيع) هي أسعار البيع المفروضة وبعض القيود الإقليمية.

Les accords contenant des clauses noires ne peuvent qu'exceptionnellement être considérés comme étant compatible avec les règles de la concurrence.

إن الاتفاقات المحتوية على شروط سوداء لا يمكن إلا اعتبارها استثنائية متوافقة مع قواعد المنافسة.

S

Saisine (voir : Plainte et Saisine)

Sanctions pécuniaires (voir : Amendes ou sanctions pécuniaires)

Savoir-faire

Connaissances précises détenues par une personne physique ou une entreprise sur un produit ou procédé de fabrication, souvent obtenues par des travaux de recherche et de développement importants et coûteux (R & D). Selon les règles de concurrence, le terme savoir-faire désigne normalement un ensemble d'informations techniques qui sont secrètes, substantielles et identifiées.

Le terme «secret» signifie qu'un savoir-faire, considéré dans son ensemble ou par l'assemblage de ses éléments, n'est généralement pas connu ou facile à obtenir. Le terme «substantiel» signifie qu'un savoir-faire englobe des informations devant être utiles. Le terme «identifié» signifie que le savoir-faire est décrit ou enregistré sur un support matériel de telle sorte qu'il soit possible de vérifier qu'il remplit les critères de secret et de substantialité.

Secret des affaires

D'une manière générale, tout renseignement commercial confidentiel qui donne à une entreprise un avantage concurrentiel peut être considéré comme un secret d'affaires. Les secrets d'affaires comprennent les secrets de fabrication ou les secrets industriels, ainsi que les secrets commerciaux. Ces derniers peuvent comprendre les méthodes de vente, les méthodes de distribution, les profils des consommateurs, les stratégies publicitaires, les listes de fournisseurs et de clients mais une définition précise dépend en définitive des circonstances propres à chaque cas.

Secret professionnel

Le secret professionnel est le secret auquel sont tenus, soit parce que la loi l'impose, soit parce que cela résulte des usages d'une profession, les personnes qui dans le cadre de l'exercice de leur activité professionnelle entrent en possession d'informations sensibles qui ne leur sont accessibles que parce que ces informations leur permettent, à elles-mêmes ou à l'organisation pour laquelle elles travaillent, de mener à bien la mission qui leur est confiée. On peut citer en exemple l'article 48 du code algérien de la fonction publique qui stipule :

« Le fonctionnaire est tenu au secret professionnel. Il ne doit divulguer, en dehors des nécessités de service, aucun document, fait ou information, dont il a connaissance ou qu'il détient à l'occasion de l'exercice de ses fonctions. Il ne peut être délié du secret professionnel qu'après autorisation écrite de l'autorité hiérarchique habilitée. »

Service d'intérêt économique général

En droit européen, il s'agit de services à caractère économique, dont la fourniture peut être considérée comme relevant de la responsabilité de la puissance publique. Il s'agit, par exemple, de la fourniture de base, accessible à tous, d'énergie, de télécommunications, de services postaux,

الإخطار (انظر: الشكاوي و الإخطار) العقوبات المالية (انظر: غرامات و عقوبات مالية)

المهارة:

هي المعرفة التي يتمتع بها شخص طبيعي أو مؤسسة على منتج ما أو عملية التصنيع، غالباً ما يتم الحصول عليها عن طريق أعمال البحث و التطوير المهمة و المكلفة. حسب قواعد المنافسة، فإن عبارة المهارة تعني عادة مجموعة معلومات تقنية و التي تكون سرية مهمة ومعروفة.

مصطلح " السر " يعني المهارة التي تعتبر في مجموعها أو عن طريق تجميع عناصرها، غير معروفة أو يسهل الحصول عليها. مصطلح " جوهري " تعني أن المهارة تتضمن معلومات ينبغي أن تكون مفيدة. و يعني مصطلح " محدد " أن المهارة مسجلة على وسيلة مادية من أجل التمكين من التأكد من أنها تلبى الشروط المتعلقة بالسر الجوهري.

سرية الأعمال:

بصفة عامة، كل معلومة تجارية سرية التي تعطي لمؤسسة ما امتياز تنافسي يمكن اعتباره " سرية الأعمال " و تشمل سرية الأعمال الأسرار الإنتاجية أو الأسرار الصناعية، فضلا عن الأسرار التجارية. وقد تشمل هذه الأخيرة أساليب البيع، وأساليب التوزيع، و ماهية المستهلك، واستراتيجيات الإعلان، وقوائم الموردين و الزبائن، ولكن يبقى التعريف الدقيق مرتبط بالظروف الخاصة كل حالة.

السر المهني:

إن السر المهني هو ذلك السر الذي يكون ملزمين به، سواء لان القانون يفرضه، أو لأنه ناتج عن استخدامات مهنية، الأشخاص الذين يطلعون على أسرار حساسة بموجب مهامهم وقصد تمكينهم من الأداء الجيد لتلك المهام ملزمون بالسر المهني، و يمكن أن نذكر على سبيل المثال المادة 48 من القانون الجزائري للوظيفة العمومية والتي تنص صراحة على ما يلي :

" يجب على الموظف الالتزام بالسر المهني. و يمنع عليه أن يكشف محتوى أية وثيقة بحوزته أو أي حدث أو خبر علم به أو اطع عليه بمناسبة ممارسة مهامه، ما عدا ما تقتضيه ضرورة المصلحة. و لا يتحرر الموظف من واجب السر المهني الا بترخيص مكتوب من السلطة السلمية المؤهلة " .

خدمة المصلحة الاقتصادية العامة:

في القانون الأوروبي، يتعلق الأمر بالخدمات ذات طابع اقتصادي، و تقديمها يعد من صلاحية ومسؤولية السلطة العامة. و تشمل على سبيل المثال: الإمداد الأساسي، في متناول الجميع، كالبطاقة، والاتصالات السلكية واللاسلكية، الخدمات البريدية، النقل، المياه و خدمات التخلص

de transport, d'eau et de services d'élimination des déchets. Il incombe principalement aux États membres de définir ce qu'ils considèrent comme des services d'intérêt économique général en fonction des caractéristiques spécifiques des activités concernées et de leur accorder des droits exclusifs ou des ressources pour garantir l'accomplissement de leur mission.

La Commission exerce un contrôle sur ces définitions pour le cas où l'importance des droits et des ressources accordées à ces entreprises déborderaient le cadre de leur mission et viendraient fausser le jeu de la concurrence.

Situation concurrentielle (voir : Prix d'équilibre)

Substituabilité (voir aussi : Marché pertinent)

Mesure dans laquelle les produits peuvent être considérés comme interchangeables du point de vue des producteurs ou des consommateurs. Si ces derniers peuvent acheter un autre produit qu'ils jugent équivalent par sa nature, son utilisation et/ou son prix, il est possible de considérer que ces deux produits font partie du même marché pertinent.

T

Théorie des effets ou Principe de territorialité objective

Selon cette théorie, les règles de concurrence nationales sont applicables non seulement aux entreprises implantées sur le territoire national mais aussi aux entreprises établies en dehors du territoire national, lorsque leur comportement ou leurs opérations produisent un «effet» à l'intérieur de ce territoire. La «nationalité» des entreprises est dénuée de pertinence en termes d'application des règles en matière d'ententes, de position dominante comme de concentration et la théorie des effets vaut pour toutes les entreprises quelle que soit leur nationalité.

V

Ventes actives

Constituent des actes de ventes actives :

- le fait de prospecter des clients individuels à l'intérieur du territoire exclusif ou parmi la clientèle exclusive d'un autre distributeur, par exemple par publipostage ou au moyen de visites.

-le fait de prospecter une clientèle déterminée à l'intérieur d'un territoire dont cette clientèle a été concédé exclusivement à un autre distributeur, par le biais d'annonces publicitaires dans les médias ou d'autres actions de promotion ciblées.

- le fait de procéder à l'établissement d'un entrepôt ou d'un point de vente à l'intérieur du territoire exclusif d'un autre distributeur.

Les clauses limitant le droit d'un distributeur de vendre activement sur le territoire d'un autre distributeur sont généralement incluses dans des contrats organisant des réseaux de distribution exclusive. Au niveau européen, elles

من النفايات. يتعين على الدول الأعضاء تحديد ما هي الخدمات ذات الفائدة الاقتصادية العامة حسب الميزة الخاصة للنشاطات المعنية مع إعطائها حقوق حصرية أو موارد من أجل ضمان أداء المهام على أحسن وجه

تمارس اللجنة رقابة على تعريفها في حالة ما تجاوزت أهمية الحقوق والموارد الممنوحة لهذه الشركات نطاق مهمتها و تشوه المنافسة.

الوضعية التنافسية (انظر: سعر التوازن)

الاستبدال (انظر أيضا: السوق ذات الصلة)

هو الإجراء الذي يمكن من خلاله اعتبار المواد قابلة للتبادل من نظر المنتجين أو المستهلكين. إذا كانت هذه الأخيرة يمكن لها شراء منتج آخر يعتبرونها مكافئا بطبيعته، استعماله و/أو سعره، يمكن اعتبار هذين المنتجين من نفس السوق ذات الصلة.

نظرية الآثار أو مبدأ الإقليمية الموضوعية :

وفقا لهذه النظرية، تطبق قواعد المنافسة الوطنية ليس فقط على الشركات التي تم تأسيسها في التراب الوطني و لكن أيضا على الشركات التي تم تأسيسها خارج التراب الوطني عندما ينتج سلوكهم أو معاملاتهم «تأثير» داخل هذا إقليم. "جنسية" الشركات غير ذي صلة في مجال تطبيق القواعد المتعلقة بالاتفاقات، وضعية الهيمنة كالتجميع و تنطبق نظرية الآثار على جميع الشركات بغض النظر عن جنسيتهم.

المبيعات النشطة أو المبيعات الايجابية:

تشكل عقود البيع النشطة :

- البحث عن الزبائن داخل إقليم حصري أو من بين الزبائن الحصريين لموزع آخر على سبيل المثال عن طريق البريد المباشر أو خلال الزيارات.

- البحث عن زبون معين داخل إقليم التي منحت حصرا لموزع آخر من خلال الإعلان في وسائل الإعلام أو غيرها من الأنشطة الترويجية التي تستهدف زبائن.

- إنشاء مستودع أو نقطة بيع داخل الإقليم الحصري لموزع آخر. و عادة ما تكون البنود التي تحد من حق الموزع في البيع بنشاط في إقليم موزع آخر في العقود التي تنظم شبكات التوزيع الحصرية. و على الصعيد الأوروبي، يمكن أن تستفيد من الإعفاء الشامل الذي ينطبق على الاتفاقات العمودية. (انظر: التوزيع الحصري).

peuvent bénéficier de l'exemption par catégorie applicable aux accords verticaux. (voir Distribution exclusive)

Ventes liées

Pratique commerciale consistant à lier la vente d'un produit à l'achat d'un autre produit. Cette pratique peut restreindre la concurrence si elle n'est pas objectivement justifiée par la nature des produits ou leur usage commercial. La théorie économique tend à montrer qu'une entreprise qui dispose d'un pouvoir de marché sur un marché donné (marché du produit liant) peut, dans certaines conditions, être en mesure d'utiliser cette position sur ce marché pour fausser le fonctionnement du marché du produit lié. Une telle pratique peut conduire ses concurrents à sortir de ce second marché et l'entreprise pourra ensuite relever les prix des produits en cause. Du point de vue de la concurrence, les ventes liées ont pour principal effet négatif un éventuel verrouillage du marché du produit lié. En outre, les ventes liées peuvent entraîner des prix plus élevés tant pour le produit liant que pour le produit lié.

Exemple de produit liant et de produit lié : les imprimantes et les cartouches d'encre

Ventes passives

Les ventes passives sont des ventes non sollicitées, effectuées à la demande de clients individuels. Toutefois, lorsque les actions normales de promotion destinées aux clients d'un territoire exclusif atteignent aussi des clients établis sur les territoires exclusifs d'autres distributeurs, ou faisant partie d'une clientèle allouée à d'autres distributeurs et provoquent des ventes, celles-ci sont habituellement considérées comme des ventes passives. Lorsque des accords verticaux limitent les ventes passives, le droit communautaire et de la plupart des pays européens considèrent qu'il s'agit de restrictions caractérisées qui ne peuvent bénéficier d'une exemption.

Verrouillage du marché (voir aussi : Barrière à l'entrée)

Comportement stratégique d'une entreprise ou d'un groupe d'entreprises consistant à restreindre les possibilités d'accès au marché de concurrents potentiels, soit en amont (Marché amont), soit en aval (Marché aval). Le verrouillage du marché peut prendre des formes différentes, allant du refus absolu de contracter avec ces concurrents à des formes plus subtiles de discrimination, telles que la dégradation de la qualité d'accès. Une entreprise peut, par exemple, se réserver des sources importantes de matières premières et/ou des canaux de distribution en passant des contrats d'exclusivité et fermer ainsi le marché aux concurrents.

البيع المترابط:

هو ممارسة تجارية تربط بيع منتج بشراء منتج آخر، هذه الممارسة يمكنها إن تقيد المنافسة إذا كانت ممارستها غير مبررة بطبيعة المنتجات واستعمالهم التجاري. تميل النظرية الاقتصادية إلى أن تبين أن مؤسسة التي تتمتع بقوة سوقية في سوق معين، يمكن لها ضمن شروط معينة استخدام هذه الوضعية من أجل تشويه سير سوق المنتج المترابط. مثل هذه الممارسة تؤدي بالمنافسين إلى الخروج من هذه السوق ويمكن للمؤسسة لاحقاً أن تقوم بوضع الأسعار للمنتجات المعنية. من وجهة نظر المنافسة، المبيعات المترابطة التي يكون لها تأثير سلبي رئيسي تطلق السوق المنتج مربوط. بالإضافة إلى ذلك قد يؤدي البيع المترابط إلى ارتفاع في أسعار المنتج الرابط و المترابط مثال عن منتج رابط و منتج مترابط : الطابعات، خراطيش الحبر

المبيعات الغير مرغوب فيها أو المبيعات السلبية :

مبيعات السلبية أو المخصومة هي المبيعات غير المرغوب فيها، أجريت بناء على طلبات الزبائن الفردية. غير انه عندما تصل الأنشطة الترويجية العادية للزبائن من الإقليم حصري أيضاً إلى زبائن داخل إقليم حصري لموزعين آخرين، أو جزء من الزبائن المخصصين للموزعين آخرين و تسبب مبيعات، تعتبر عادة مبيعات سلبية. عندما تقيد الاتفاقات العمودية المبيعات السلبية قانون المجتمع ومعظم الدول الأوروبية يرون أنها قيود تمييزية التي لا تستفيد من الإعفاء.

إغلاق السوق (انظر أيضاً: حاجز الدخول)

السلوك الاستراتيجي للمؤسسة أو مجموعة من المؤسسات الذي يقيد فرص الوصول إلى السوق من قبل المنافسين المحتملين سواء من المنبع (السوق المنبع) أو من المصب (السوق المصب). يمكن أن يتخذ إغلاق السوق أشكالاً مختلفة، من الرفض المطلق للتعاقد مع هؤلاء المنافسين إلى أشكال أكثر دقة من التمييز مثل تدهور نوعية الوصول. يمكن للمؤسسة، على سبيل المثال، أن تحتفظ بمصدر هام من مصادر المواد الخام و / أو قنوات التوزيع من خلال عقود الحصرية، وبالتالي إغلاق السوق للمنافسين

A

Abus de dépendance (voir aussi : Dépendance)

التعسف في وضعية التبعية (أنظر أيضا : التبعية)

Abus de position dominante (voir aussi: Position dominante)

التعسف في وضعية الهيمنة (أنظر أيضا : وضعية هيمنة).

Accès au dossier du Conseil de la concurrence

الإطلاع على ملف مجلس المنافسة

Accord de recherche et de développement

اتفاقية البحث و التطوير

Accord de spécialisation

اتفاق التخصص

Accord horizontal

- الاتفاق الأفقي

Accord vertical

الاتفاق العمودي

Aide d'État

مساعادات أو إعانات الدولة

Amende ou Sanction pécuniaire

غرامة أو عقوبة مالية :

Antitrust (voir aussi : Pratiques restrictives de concurrence)

عقوبة الاحتكار (أنظر أيضا : الممارسات المقيدة للمنافسة)

Argument de l'entreprise défaillante ou en sérieuse difficulté (voir : Concentration de sauvetage)

حجة مؤسسة عاجزة او مفلسة (انظر : تجميعات الإنقاذ)

Astreinte

غرامات تهديدية

Attestation négative ou Lettre de compatibilité

شهادة التصريح بعدم التدخل لمجلس المنافسة او شهادة السلبية

Audition

جلسات الاستماع

Autorité de régulation

سلطات الضبط

B

Barrières à l'entrée (voir aussi : Verrouillage du marché)

حواجز الدخول (انظر أيضا: غلق السوق)

Bulletin Officiel de la Concurrence (B.O.C.)

النشرة الرسمية للمنافسة (B.O.C)

C

Cartel (voir : Entente ou Cartel)

كارتل (انظر: اتفاق او كارتل)

Clause anglaise

-البند الإنجليزي

Clause de non-concurrence

- بند عدم المنافسة

Clause noire (voir : Restrictions caractérisées)

البند الأسود (أنظر: القيود المميزة)

Clémence

العفو

Collusion (voir aussi : Entente, Pratique concertée)

التواطؤ أو التآمر (انظر أيضا: اتفاقية، ممارسة مدبرة)

Commerce parallèle

التجارة الموازية

Concentration

التجميع

Concentration de sauvetage

تجميع الإنقاذ

Concurrence (voir : Introduction au droit de

المنافسة (انظر : مقدمة حول قانون المنافسة)

Liste alphabétique de termes القائمة الأبجدية للمصطلحات

la concurrence)	
Concurrence inter-marque	المنافسة بين العلامات التجارية
Concurrence intra-marque	منافسة في نفس العلامة التجارية
Concurrence potentielle	المنافسة المحتملة
Concurrent potentiel	المنافس المحتمل
Conseil de la concurrence	مجلس المنافسة
Consortium (voir : Groupement d'entreprises)	الجمعية (انظر: تجمع المؤسسات)
Consultation des tiers	استشارة الغير
Contrôle commun (ou contrôle en commun ou contrôle conjoint)	الرقابة المشتركة أو الجماعية أو السيطرة المزدوجة
Coopération internationale	التعاون الدولي
Coûts de démarrage	تكاليف بدء النشاط
Coûts fixes	التكاليف الثابتة
Coûts irrécupérables (voir aussi : Barrières à l'entrée)	التكاليف الغير قابلة للاسترجاع (انظر أيضا: حواجز الدخول)
Coût marginal	التكلفة الهامشية أو الحدية
Coûts variables	التكاليف المتغيرة
D	
«De minimis»	الحد الأدنى أو الضئيل
Dégroupage	التفكيك (فتح المنافسة على الشبكة)
Dépendance (voir aussi : Abus de dépendance)	التبعية (راجع أيضا: التعسف في التبعية)
Demande de renseignements	طلب المعلومات
Détaillant	تاجر التجزئة
Discrimination	التمييز
Distribution	التوزيع
Distribution exclusive	التوزيع الحصري
Distribution sélective	التوزيع الانتقائي
Droits de propriété intellectuelle (DPI)	حقوق الملكية الفكرية
Duopole	الاحتكار الثنائي

القائمة الأبجدية للمصطلحات

Liste alphabétique de termes

E	
Économies d'échelle	تخفيض التكاليف
Économies de gamme	اقتصاديات التشكيلة
Économie informelle	الاقتصاد الغير رسمي (اقتصاد الظل)
Effet de réseau	اثر الشبكة
Élasticité	المرونة
Engagements (voir : Prescriptions)	الالتزامات (انظر: المتطلبات)
Enquête sectorielle ou personnalisée (voir aussi : Demande de renseignements)	تحقيق حسب القطاعات او مخصص (انظر أيضا: طلب معلومات)
Entent ou Cartel (voir aussi : Accord horizontal et Accord vertical)	الاتفاق أو الكارتل (راجع أيضا: اتفاق الأفقي والعمودي)
Entreprise	المؤسسة
Entreprise commune (voir aussi : Contrôle commun)	مؤسسة مشتركة (راجع أيضا : الرقابة المشتركة)
Entreprise indépendante (voir : Entente ou Cartel)	المؤسسات المستقلة (انظر: اتفاق أو كارتل)
Entreprise publique	المؤسسة العمومية
Exclusivité (voir aussi: Distribution exclusive)	الحصرية (انظر أيضا : توزيع حصري)
Exemptions (pour l'application du droit de la concurrence)	اعفاءات (في تطبيق قانون المنافسة)
Extraterritorialité (voir : Théorie des effets)	خارج الاقليم (انظر: نظرية الأثر)
F	
Facilité essentielle	التسهيل الأساسي
Franchise	امتياز أو الإعفاء
G	
Griefs (voir :Notification des griefs)	الشكاوي (انظر: الإخطار بالشكاوي)
Grossiste	تاجر جملة
Groupement d'entreprises ou Consortium	تجميع المؤسسات
I	
Importation (voir: Distribution)	الاستيراد (انظر : التوزيع)
Indice de concentration sur un marché = Indice Herfindahl-Hirschmann(IHH)	مؤشر التجميع في السوق = مؤشر Herfindahl- Hirschmann (IHH)
Injonction	الأمر
J	
Joint Venture (voir : Entreprise commune)	مشروع مشترك (انظر : مؤسسة مشتركة)
L	

القائمة الأبجدية للمصطلحات

Liste alphabétique de termes

رسالة التوافق (انظر: الشهادة السلبية)

Lettre de compatibilité (voir : Attestation négative)

M

Mandataire (voir aussi : Entente)

Manipulation des procédures d'appel d'offres (voir aussi : Marchés publics)

Marché en amont

Marché en aval

Marché connexe

Marché pertinent ou Marché en cause

Marché public (voir aussi : Manipulation des procédures d'appel d'offres)

Mesures correctives ou conditions (voir : Prescriptions et Engagements)

Mesures provisoires ou Mesures conservatoires

Ministère du Commerce

Monomarchisme

Monopole et monopsonie

N

Notification d'une concentration

Notification des griefs ou Rapport Nullité

O

Oligopole (voir aussi : collusion)

P

Parasitisme

Part de marché

Perquisition

Plainte et Saisine

Position dominante (voir aussi : Abus de position dominante)

Pouvoir de marché

Pratiques anticoncurrentielles

Pratiques commerciales (illicites, frauduleuses, déloyales, abusives)

Pratique concertée (voir aussi : Collusion et Entente ou Cartel)

الوكيل (راجع أيضا: الاتفاق)
التلاعب بإجراءات المناقصات (راجع أيضا : الصفقات العمومية)

سوق المنبع (السوق الأفقي)
السوق المصب (السوق العمودي)
السوق المرتبط
السوق ذات الصلة أو السوق الملازم
الصفقة العمومية (انظر أيضا: إجراءات التعامل مع المناقصات)
التدابير التصحيحية أو الشروط (انظر: المتطلبات والالتزامات)

التدابير المؤقتة أو التدابير الاحترازية

وزارة التجارة
أحادي العلامة التجارية
احتكار البيع واحتكار الشراء

الإخطار عن تجميع

بيان الاعتراضات أو التقرير بطلان

احتكار القل

التطفل

حصة السوق:

بحث

الشكوى و الإخطار:

وضعية الهيمنة (انظر ايضا: التعسف في وضعية الهيمنة)

القوة السوقية

الممارسات المضادة للمنافسة

الممارسات التجارية (الغير شرعية، تضليلية، غير النزيهة، التعسفية)

الممارسة المنسقة: (أيضا: التواطؤ و اتفاقيات أو كرتال

القائمة الأبجدية للمصطلحات

Pratique d'exclusion (voir aussi : Barrières à l'entrée)

Pratiques restrictives de concurrence

Prescriptions et Engagements

Prix abusivement bas

Prix d'équilibre

Prix d'éviction ou prédateurs ou prédateurs

Prix de vente imposés

Procès équitable

Protection territoriale absolue (voir aussi : Barrière à l'entrée)

Puissance d'achat (voir aussi : Dépendance)

(الممارسة الاقصائية : (انظر أيضا: حواجز الدخول)

الممارسات المقيدة للمنافسة

المتطلبات و الالتزامات:

سعر تعسفي منخفض

سعر التوازن

سعر الطرد من السوق

سعر البيع المفروض

محضر عادل

الحماية الإقليمية المطلقة (انظر أيضا: حاجز للدخول)

القوة الشرائية (انظر أيضا: التبعية)

R

Rapport (voir : Notification des griefs)

تقرير (إعلام الاعتراضات)

Règlements, directives, circulaires...lignes directrices

الأنظمة، تعليمات، المنشورات خطوط توجيهية

Régulation (voir : Autorité de régulation)

التنظيم (انظر: سلطة الضبط)

Restrictions caractérisées ou Clauses noires

القيود التمييزية أو البنود السوداء

S

Saisine (voir : Plainte et Saisine)

الإخطار (انظر: الشكاوي و الإخطار)

Sanctions pécuniaires (voir : Amendes ou sanctions pécuniaires)

العقوبات المالية (انظر: غرامات و عقوبات مالية)

Savoir-faire

المهارة

Secret des affaires

سرية الأعمال

Secret professionnel

السر المهني

Service d'intérêt économique général

خدمة المصلحة الاقتصادية العامة

Situation concurrentielle (voir : Prix d'équilibre)

الوضعية التنافسية (انظر: سعر التوازن)

Substituabilité (voir aussi : Marché pertinent)

الاستبدال (انظر أيضا: السوق ذات الصلة)

T

Théorie des effets ou Principe de territorialité objective

نظرية الآثار أو مبدأ الإقليمية الموضوعية

V

Ventes actives

المبيعات النشطة أو المبيعات الايجابية

Ventes liées

البيع المترابط

Ventes passives

المبيعات الغير مرغوب فيها أو المبيعات السلبية

Verrouillage du marché (voir aussi : Barrière à l'entrée)

إغلاق السوق (انظر أيضا: حاجز الدخول)

