
Intergovernmental Group of Experts on Competition Law and Policy

18th SESSION

10-12 July 2019

Room XVII, Palais des Nations, Geneva

Thursday, 11 July, 2019

**Competition Problems in the Digital Economy
- The Case of Algeria-**

Contribution by The Competition Council - The People's Democratic Republic of Algeria

This material has been reproduced in the language and form as it was provided. The views expressed are those of the author and do not necessarily reflect the views of UNCTAD.

Intergovernmental Group of Experts on Competition Law and Policy

18th SESSION

10-12 July 2019

Room XVII, Palais des Nations, Geneva

Les problèmes de concurrence dans l'économie numérique

-Cas de l'Algérie-

CONSEIL DE LA CONCURRENCE – ALGERIE

This material has been reproduced in the language and form as it was provided. The views expressed are those of the author and do not necessarily reflect the views of UNCTAD.

CONSEIL DE LA CONCURRENCE – ALGERIE

Dix-huitième (18 ième) session du Groupe Intergouvernemental
d'Experts (GIE) du droit et politique de la concurrence-

GENEVE - 10 au 12 juillet 2019

« Les problèmes de concurrence dans l'économie numérique

-Cas de l'Algérie- »

Contribution écrite du Conseil de la Concurrence d'Algérie élaborée par Monsieur

Djilali SLIMANI, Membre Permanent du Conseil de la concurrence

SOMMAIRE

1-Introduction

2-Etat des lieux de l'économie numérique en Algérie

2-1 : rappel historique

2-2 indicateurs de l'environnement numérique en ALGERIE

3-Le dispositif juridique actuel en matière d'économie numérique et sa relation avec le droit de la concurrence

3-1 : Réglementation régissant la poste et les TIC

3-2 : Loi n° 18-04 du 24 Chaâbane 1439 correspondant au 10 mai 2018 fixant les règles générales relatives à la poste et aux communications électroniques

3-3 : Loi n° 18-05 du 24 Chaâbane 1439 correspondant au 10 mai 2018 relative au commerce électronique

3-4 Les principales dispositions de la loi relative au commerce électronique

3-5- La protection des données

4-Les cas de concurrence traités par le Conseil de la concurrence dans le domaine de l'économie numérique – les causes de la faiblesse du nombre de saisines :

4-1 : Les deux affaires enregistrées dans le domaine des TIC

4-2 Les causes de la faiblesse du nombre de saisines en matière d'économie numérique

5-Les chantiers à ouvrir pour la prévention de pratiques anticoncurrentielles dans le domaine de l'économie numérique

5-1 effets de réseau et concentration des marchés :

5-2 Surveiller les écosystèmes fermés

5-3 Réguler les effets de réseau indirects

6-Conclusions

DOCUMENTS UTILISES

Pour l'élaboration de cette contribution écrite, des prélèvements de chiffres et d'analyses ont été effectués à partir des travaux de conférences et documents des Auteurs ci-après :

- **Mr Ali KAHLANE** Senior Consultant en transformation et maturation numérique Ph.D (conférence animée dans le cadre du séminaire national sur l'économie numérique organisé au niveau de l'Université de Bejaia – ALGERIE- les 24 et 25 juin 2018)
- **Mr Farid FARAH** Senior Consultant in Digital Transformation Ph.D (Conférence animée dans le cadre du séminaire national sur l'économie numérique organisé au niveau de l'Université de Bejaia –ALGERIE- les 24 et 25 juin 2018)
- **Maitre Hind BENMILOUD**, Avocate en franchise et Conseil marque (conférence animée dans le cadre du séminaire national sur l'économie numérique organisé au niveau de l'Université de Bejaia –ALGERIE- les 24 et 25 juin 2018)
- **BSI Economics** : « Economie numérique : définition et impacts ».
- **David Walsh, Directeur juridique, GSMA** : « la politique de concurrence à l'ère du numérique ».
- **Les notes du Conseil d'analyse économique n°26, octobre 2015** (Nicolas Colina, Augustin Landier, Pierre Mohnenc et Anne Perrot).
- **Johannes Laitenberger** Director-General for Competition European Commission « Le numérique et la concurrence dans une économie et une société en transformation ».
- **Emmanuel Combe Vice-Président de l'Autorité de la concurrence Française** : chronique sous le titre « Numérique : the winner takes all, but...».
- **Divers articles de presse nationaux et internationaux.**

1-Introduction

L'économie numérique est devenue après près de vingt années d'évolution un vecteur de croissance, de productivité et de compétitivité des entreprises et des pays. Son caractère transversal impacte tous les secteurs de l'économie.

En effet elle ne se limite pas à un secteur d'activité particulier et résulte de l'utilisation répandue des nouvelles technologies, dans le domaine de l'information et la communication.

Elle a un impact sur tous les secteurs économiques ainsi que sur l'environnement des entreprises, les particuliers, les ménages et leur comportement.

L'utilisation de l'internet, a permis la dématérialisation de la distance physique pour créer, développer et partager les idées des utilisateurs donnant lieu à de nouveaux concepts, nouveaux contenus et par conséquent à la naissance d'une nouvelle génération d'entrepreneurs et des marchés .

En termes de contribution directe, l'économie numérique a un effet macroéconomique résultant de l'augmentation de l'investissement productif des entreprises, investissement dans les biens corporels : équipements et matériels numériques ; ou incorporels : logiciels, utilisés dans le processus de production.

Un autre effet est lié à l'augmentation de la productivité des salariés. Une bonne formation des salariés à l'utilisation du numérique en entreprise augmente leur productivité, notamment grâce à la possible 'automatisation des tâches, qui conduisent à un gain de temps, à une amélioration de processus, à une augmentation des échanges et à une optimisation de l'organisation.

Concernant la contribution indirecte, c'est la forte utilisation des technologies numériques qui entraîne une amélioration de la productivité globale de facteurs. L'amélioration de la Productivité Globale des Facteurs est en partie attribuée aux secteurs producteurs de matériels numériques **mais aussi aux secteurs utilisateurs d'innovations numériques.**

En effet, les forts gains de productivité (effet volume direct) des secteurs producteurs ont conduit à une baisse de prix de production et de ventes de biens et services numériques.

Plus les prix sont faibles et plus les secteurs utilisateurs vont être incités à investir dans des produits numériques dans le but d'accroître leur productivité. La productivité globale des facteurs dépend également de la large diffusion des innovations numériques dans l'ensemble de l'économie.

En effet l'innovation numérique engendre des externalités de «réseau», plus les innovations numériques sont largement diffusées et adoptées, plus les bénéfices seront importants (effet d'apprentissage, économies d'échelle).

Ainsi leur diffusion permet à l'ensemble d'autres secteurs économiques de gagner en innovation et productivité également.

Il en ressort que l'essor de l'économie numérique est associé à une nouvelle révolution industrielle touchant des sphères sociales, économiques, politiques et culturelles., en effet, les comportements des consommateurs ont été modifiés, le fonctionnement et l'organisation des entreprises transformés, notamment par l'amélioration des chaînes de valeur, des processus de production, d'organisation managériale et leur business model ne cesse d'être remis en question.

La transformation numérique apporte bien des avantages pour certaines entreprises prêtes à adopter le changement.

La dématérialisation de distances, notamment, élimine les barrières à l'entrée sur certains marchés.

La relation de la concurrence avec l'économie numérique peut être appréhendée à travers la réglementation et la politique de la concurrence, en effet c'est l'ensemble des réglementations sectorielles qu'il convient de rendre plus dynamiques et accueillantes pour l'innovation numérique, en offrant un droit à l'expérimentation de nouveaux modèles d'affaires.

Il est recommandé de ne pas chercher à définir un « secteur du numérique », quels qu'en soient les contours, auquel s'appliqueraient des régimes particuliers mais de **prioriser l'approche par processus successifs.**

Si les outils traditionnels du droit de la concurrence sont adaptés pour lutter efficacement contre les abus de position dominante, le diagnostic de ces

situations est rendu plus complexe avec l'économie numérique, notamment du fait qu'elle repose sur des marchés « multifaces » et sur l'exploitation des données de masse.

Dans notre présente contribution écrite, nous aborderons les volets ci-après :

- **Etat des lieux de l'économie numérique en Algérie**
- **Le dispositif juridique actuel en matière d'économie numérique et sa relation avec le droit de la concurrence.**
- **L'absence de cas de concurrence traités par le Conseil de la concurrence dans le domaine de l'économie numérique –Les causes**
- **Les chantiers à ouvrir pour la prévention de pratiques anticoncurrentielles dans le domaine de l'économie numérique**
- **Conclusions**

2-Etat des lieux de l'économie numérique en Algérie

2-1 : rappel historique

Les bases d'une économie numérique en Algérie ont été réalisées à partir des années 2000. C'est au début de ces années qu'Algérie Télécom et l'agence de régulation des postes et télécommunications sont créées suivies de l'ouverture du marché aux opérateurs étrangers: DZEEZY–OOREDOO mis en concurrence avec l'opérateur Algérien MOBILIS (filiale actuelle d'Algérie Télécom) qui détenait le monopole (opérateur historique).

Durant cette même période Algérie poste est créée et la première connexion ADSL est lancée par un provider national privé, EEPAD qui a dû mettre fin à ses activités en 2009.

Fin 2008, le programme de développement des TIC sur cinq années « e-Algérie 2013 » est conçu par le Ministère des postes et technologies de l'information et communication (MPTIC) devenu récemment Ministère de la Poste, des Télécommunications, des Technologies et du Numérique (MPTTN) et lancé, cependant réalisé partiellement.

Moins de 50% des 1000 actions inscrites auraient été réalisées au 1er janvier 2016

Le retard dans la réalisation de ce programme et sa mise « en veilleuse » est confirmé par la transformation numérique opérée « en solo » respectivement par le Ministère de la justice (tel que e-administration du casier judiciaire) et le Ministère de l'intérieur (fourniture de documents biométriques).

Le programme e-Algérie représentait pourtant un programme stratégique qui visait l'interopérabilité et cherchait à éliminer les redondances, les surcoûts et les pertes de temps.

Toutefois, en dépit du manque de coordination des actions programmées, l'économie numérique en Algérie a enregistré des avancées tangibles à partir de l'année 2010 particulièrement. C'est ainsi que la situation actuelle 2018-2019 se présente comme suit à travers quelques indicateurs en matière d'infrastructures recueillies des travaux de **Mr Ali KAHLANE** Senior Consultant en transformation et maturation numérique Ph.D

2-2 indicateurs de l'environnement numérique en ALGERIE

Nombre d'internautes :24 000 000

Nombre d'abonnements int-mobiles : 39 800 000

Site n°01 consulté : Youtube

Nombre de Comptes Facebook :22 000 000

Nombre de Comptes instagram :4 400 000

Nombre de Comptes twitter :482 000

Nombre de Comptes linkedin :1 800 000

L'appréciation mondiale de la position de l'Algérie dans l'économie numérique est perceptible à travers les quatre indices ci-après établis sur la base de sous – indices appelés « piliers ».

- **L'indice de compétitivité mondiale (Global Competitiveness Index) :**
86eme /140 : C'est le classement de l'Algérie au GCI de 2018 : Stable par rapport à 2017
- **L'indice de Développement des TIC (ICT Development Index) :**
102eme /176 : C'est le classement de l'Algérie à l'IDI de 2017 : Gain de 4 places sur 2016 (10 places sur 2015)

- Indice de Maturité Numérique (Network Readiness Index) :117eme /139
Classement de l'Algérie au NRI de 2016 : Gain de 3 places sur 2015
- L'indice de Développement due-gouvernement, EGDI 2018 :130eme /193 C'est le classement de l'Algérie dans l'egdi de 2018 : Gain de 20 places sur 193.

Concernant les Indicateurs de l'infrastructure de base ; année 2017

- Fibre optique :81 872 kms contre 60800 en 2013
- Communes raccordées à la fibre optique : 1541contre 1081 en 2013
- Bande passante internet nationale en Mbit/s :801 000 contre 172021
- Bande passante internet internationale en Mbit/s :810160contre 166448 en 2013.
- Lancement de la 3G en 2014 : 8000 000 d'abonnés
- Lancement de la 4G en 2016 : 26 000000 d'abonnés et 31 000000 en 2018
- Taux de pénétration : 90,62% en 2018.

Dans ce sillage, il a été relevé que le taux de pénétration de la téléphonie mobile en Afrique est de 83% et de 104% dans le monde. Cependant «le nombre d'abonnés au réseau mobile en Algérie a connu une stagnation en 2016 et 2017 (+0,06% seulement). L'enjeu, aujourd'hui, pour les opérateurs de la téléphonie mobile est de relancer la croissance de ce marché, par la création de nouveaux services dans le digital et le contenu ;

Pour rappel, le ministère de la Poste, des Télécommunications et des Technologies du numérique, a indiqué récemment que le nombre d'abonnés au réseau internet fixe a dépassé 15 millions d'abonnés. Ce secteur enregistre, actuellement, une expansion extraordinaire, avec 34 millions de lignes de réseau internet mobile, dont 23 millions de 3e génération (3 G) et 11 millions de lignes de 4e génération (4 G) à travers tout le territoire national. Ces chiffres montrent bien, que l'Algérie avance sereinement dans la voie de progrès technologique, en comparaison avec les pays voisins.

Dans cet environnement plus ou moins positif, des insuffisances sont enregistrées malgré un essor réel de l'économie numérique à partir des années 2010.

L'Expert Consultant en transformation et maturation numérique Ali KAHLANE (Algérie) constate en effet que durant ces années 2010 la technologie prend le pas sur le développement du contenu et des applications. D'énormes investissements sont effectués dans l'acquisition d'équipements informatiques et de téléphones mobiles et tablettes mais trop peu dans les logiciels et applications.

En outre, des parcs technologiques, incubateurs accélérateurs sont programmés et lancés (dont le premier de Sidi Abdellah) mais restent dans le giron de l'administration avec tout ce que cela comporte comme lourdeurs bureaucratiques.

Pour développer le programme stratégique Algérie électronique (e-Algérie), le gouvernement algérien a mis en place un nouveau fonds d'aide au financement des organismes publics ou privés.

Il s'agit du Fonds d'appropriation des usagers et du développement des technologies de l'information et de la communication « FAUDTIC ». Institué par la loi n°08-21 correspondant au 30 décembre 2008 portant loi de finances pour 2009 ; Cependant ce fonds est sous exploité et se consacre peu à l'encouragement de la création et du développement de starts-up.

La commission nationale du haut et très haut débit créée en février 2012, a exhorté les opérateurs Mobilis, Algérie Télécoms, ARPT, et le CERIST à contribuer grandement à l'amélioration des services, en facilitant l'accès au haut et très haut débit.

Les travaux de cette commission ont été lancés afin de trouver des solutions adéquates pour faire avancer les projets qui vont dans le sens de l'élargissement de l'utilisation des TIC, à commencer par les trois cycles scolaires : le primaire, le moyen et le secondaire ainsi que les universités et les centres de formation à l'échelle nationale.

Les propositions formulées tablaient sur un débit au citoyen algérien de 2 Mbps à moyen terme « avec l'objectif d'atteindre le 8 et 10 Mbps au profit de 50% de la population d'ici 2015 ».

Les applications de Voitures de Transports avec Chauffeurs (VTC) sont l'une des tendances les plus marquantes de l'écosystème numérique Algérien en 2018. A peine quelques semaines après le lancement de Yassir au troisième trimestre 2017, plusieurs autres applications semblables ont vu le jour.

Derrière ces applications, des startups ambitionnent d'être un « Uber » Algérien. Leur profusion renseigne sur l'attrait de ce marché. Le jeu de la concurrence va certainement avoir un impact positif sur les prestations ; la tarification et la qualité de service, au grand bonheur des usagers qui sont déjà plutôt satisfaits de l'apport des VTC dans leur mobilité de tous les jours.

Disponible dans les grandes villes du pays, notamment à Alger, le service des VTC a apporté emplois et mobilité. Le succès réalisé par les applications VTC a dépassé toutes les espérances. Car, l'écosystème numérique était en quête de

nouveaux symboles de réussite qui redonneraient de l'éclat à l'économie numérique nationale.

C'est désormais fait. Les startups VTC sont à présent en quête d'un cadre juridique pour cette activité et d'un statut. Un statut pour elles et leurs partenaires, les chauffeurs auto-entrepreneurs.

Nous verrons dans ce qui suit que la promulgation de la loi sur le e-commerce va répondre à ces attentes.

3-Le dispositif juridique actuel en matière d'économie numérique et sa relation avec le droit de la concurrence

3-1 : réglementation régissant la poste et les TIC :

La législation du secteur de la poste et des TIC en Algérie est passée par deux (02) grandes étapes :

- L'étape du monopole que consacrait l'ordonnance n° 75-89 portant code des postes et des télécommunications, étape durant laquelle l'Etat était le fournisseur direct et unique des activités de la poste et des télécommunications. La poste et les télécommunications étaient alors un service public fourni par l'administration à l'utilisateur
- L'étape de l'ouverture à la concurrence initiée par la loi 2000-03 qui a introduit les mécanismes du marché dans le secteur de la poste et des TIC

Sous le monopole, et à l'instar des autres secteurs notamment les secteurs dits « services publics de réseaux », la poste et les télécommunications se caractérisaient par :

- Des procédures lourdes
- L'absence de concurrence et donc un faible niveau de développement
- Des capacités d'autofinancements insuffisants

La loi 2000-03 a été adoptée avec pour objectif majeur l'introduction de la concurrence dans le secteur des télécommunications, une transition économique soutenue par le fort potentiel de développement de ce secteur et par l'engouement populaire pour les services TIC.

L'article 1er de la loi 2000-03 stipule notamment : «la présente loi a pour objectifs, notamment de développer et fournir des services de poste et de télécommunications de qualité, assurés dans des conditions objectives, transparentes et non discriminatoires dans un **environnement**

concurrentiel ».

Trois grands changements ont été nécessaires pour concrétiser cet objectif de démonopolisation du secteur :

- La séparation entre activités de la poste et activités de télécommunications,
- L'instauration de régimes d'exploitation appropriés tenant compte des particularités de chaque service et réseau de télécommunications
- La mise en place d'un cadre légal de régulation économique du marché de la poste et des télécommunications par la création d'une autorité de régulation sectorielle (actuelle ARPCE)

Le passage du monopole à la concurrence a permis le retrait de l'Etat de la sphère commerciale et s'est accompagné par la création de deux opérateurs privés appelés opérateurs historiques (Art 12 de la loi 2000-03)

- ALGERIE TELECOM (SPA)
- ALGERIE POSTE (EPIC)

L'Etat a cependant gardé ses prérogatives régaliennes telles que l'édiction des normes, des lois et des règlements du secteur, l'usage exclusif du spectre des fréquences, le contrôle des télécommunications.

De plus, parce que le jeu de la concurrence est susceptible d'entorses et de distorsions il a fallu la création d'une autorité de régulation (actuelle ARPCE), chargée de préserver et de promouvoir la concurrence dans le marché postal et de télécommunications ou de la rétablir en cas de besoin.

C'est ainsi que l'alinéa premier de l'article 13 dispose que « **l'autorité de régulation a pour mission de veiller à l'existence d'une concurrence effective et loyale sur le marché postal et des télécommunications en prenant toutes mesures nécessaires afin de promouvoir ou de rétablir la concurrence sur ces marchés... »**

Pour rappel, la loi 2000-03 s'inspire des principes universels découlant des recommandations de l'Union Internationale des Télécommunications notamment :

- L'indépendance organique du régulateur gage de son impartialité dans le traitement des litiges ;
- La transparence des règles applicables au jeu de la concurrence
- La non-discrimination entre opérateurs

3- 2 Loi n° 18-04 du 24 Chaâbane 1439 correspondant au 10 mai 2018 fixant les règles générales relatives à la poste et aux communications électroniques.

La reformulation de la loi 2000-03 avait pour objectif de «s'adapter aux exigences sociales et économiques sur les plans national et international ainsi qu'aux développements techniques et technologiques enregistrés depuis l'année 2000»

Cette nouvelle loi met fin définitivement au monopole de l'opérateur historique Algérie Télécom sur la boucle locale, en consacrant le concept du dégroupage.

Cependant il faut souligner que le dégroupage de la boucle locale, était en fait permis par la précédente loi n°2000-03, mais impossible à mettre en œuvre dans la pratique en l'absence d'une volonté ferme des pouvoirs publics,

Cette nouvelle loi a par ailleurs donné un contenu à la relation devant exister entre le Conseil de la concurrence et l'Autorité de régulation de la poste et des communications électroniques (ARPCE) en son article 18 notamment :

Art. 18. — « L'Autorité de régulation informe le conseil de la concurrence de toute pratique relevant des compétences de celui-ci dans le marché de la poste et des communications électroniques. Lorsque l'Autorité de régulation est saisie d'une demande relevant des compétences du conseil de la concurrence, elle transmet le dossier à ce dernier pour y statuer.

L'Autorité de régulation peut saisir le conseil de la concurrence pour avis sur toutes les questions relevant de sa compétence. Lorsque le conseil de la concurrence est saisi d'une demande relevant des compétences de l'autorité de régulation citées dans le point 9 de l'article 13 ci-dessus, il transmet le dossier à cette dernière pour y statuer ».

3-3 :Loi n° 18-05 du 24 Chaâbane 1439 correspondant au 10 mai 2018 relative au commerce électronique

Ce texte juridique donne, désormais, une assise légale à l'activité du e-commerce qui a connu une évolution remarquable ces dernières années.

Après plusieurs années d'attentes, l'activité de e-commerce dispose, à présent, d'un cadre juridique spécifique, à la faveur de la promulgation en juin dernier d'un texte de loi, fixant les règles générales du commerce électronique des biens et des services.

Du côté des webmarchands, la promulgation de la loi relative au commerce électronique met en place un cadre légal et comble enfin le vide juridique qui pesait sur cette activité, qui pourtant est en pleine expansion et qui compte aujourd'hui plusieurs acteurs en Algérie

La loi qui vient d'être promulguée va d'abord « différencier » les acteurs professionnels de ceux qui ne le sont pas. Ensuite, elle poussera davantage à la « professionnalisation » du métier de webmarchand.

Une communication de la part des différents acteurs est nécessaire afin de promouvoir et mettre en confiance les utilisateurs des nouveaux moyens de paiement ;

En effet, la loi sur le commerce électronique apporte dans son sillage la possibilité d'implémenter un module de paiement en ligne. « Le GIE monétique a lancé ses premières initiatives envers les grands facturiers et attendait une loi régissant le commerce électronique pour pouvoir généraliser le paiement électronique », rappelle le président d'Algeria Digital Cluster, Mehdi Omar Ouayache.

L'absence de e-payment est perçue comme un handicap du point de vue des webmarchands « parce qu'il y a une opération supplémentaire de récolte d'argent »,

A titre de rappel le paiement en ligne a démarré tout récemment en Algérie avec les grands comptes essentiellement (SONELGAZ-SEEAL-AIR ALGERIE), le nombre de clients consommateurs ayant déjà effectué un paiement en ligne est estimé à 5% seulement et s'expliquerait essentiellement par un manque de confiance concernant ce nouvel instrument de paiement.

La loi laisse la possibilité de payer cash à la livraison ou de payer en ligne. Ce choix proposé par le législateur est opportun : obliger « brusquement » le consommateur à payer en ligne ou avec une CIB aurait créé un effet de recul sur l'activité.

L'e-commerce a de fortes chances de réussir en Algérie, et va se développer avec l'arrivée de plus en plus d'acteurs.

3-4 Les principales dispositions de la loi relative au commerce électronique

La loi relative au commerce électronique énonce une série de dispositions qui définissent les droits et obligations des webmarchands et des e-consommateurs. Elle instaure en outre certaines conditions pour l'exercice de cette activité. Les webmarchands doivent s'y conformer dans un délai de 6 mois. Ainsi, l'activité de commerce électronique est soumise « à une inscription au registre de Commerce et à la publication d'un site ou d'une page web hébergés en Algérie avec une extension ".com.dz" ». Dans ce sens, l'exercice de l'activité de commerce électronique est « subordonnée au dépôt du nom de domaine auprès du Centre

national de registre de Commerce. Le fichier est publié par voie de communication électroniques et mis à disposition de l'e-consommateur». S'agissant du paiement des transactions, la loi énonce deux modes de paiement : le paiement à distance (e-paiement) ou à la livraison du produit.

Pour l'e-payment, le texte exige que les plateformes de paiement soient exploitées exclusivement par les banques de la place ou Algérie Poste et connectées aux terminaux de paiement via le réseau d'Algérie Télécom. Dans le volet sécurité, il est exigé des webmarchands de connecter leurs sites web à une plateforme de paiement électronique sécurisée « par un système de certification électronique ». En outre, les plateformes de paiement électroniques sont soumises « au contrôle de la Banque d'Algérie pour garantir qu'elles répondent aux exigences de confidentialités, d'intégrité, d'authentification et de sécurité d'échanges de données».

Par ailleurs, la loi encadre d'une manière très stricte les transactions commerciales transfrontalières. Selon l'article 7, la vente par voie de communications électroniques d'un bien et/ou d'un service par un e-fournisseur résident à un e-consommateur établi dans un pays étranger est dispensée des formalités de contrôle du commerce extérieur et des changes, lorsque sa valeur n'excède pas l'équivalent en dinars de la limite fixée par la législation en vigueur. Toutefois, le produit de cette vente doit, après son paiement, être porté sur le compte du e-fournisseur domicilié en Algérie auprès d'une banque agréée par la Banque d'Algérie, ou auprès d'Algérie Poste ».

Pour l'achat par voie électronique d'un bien et/ou d'un service numérique à partir de l'Algérie par un e-consommateur auprès d'un webmarchand établi dans un pays étranger « et destiné exclusivement à un usage personnel », il est aussi « dispensé des formalités du commerce extérieur et des changes lorsque sa valeur n'excède pas l'équivalent en dinars de la limite fixée par la législation et la réglementation en vigueur ». Mais, la couverture du paiement par voie électronique au titre de cet achat, doit être « assuré à partir du compte devise "personne physique" du e-consommateur domicilié en Algérie ».

3-5- La protection des données :

Les données peuvent être considérées comme étant un patrimoine informationnel. L'Algérie s'en est préoccupée **indirectement** dès 1998 à travers la promulgation des textes ci-après :

- Le décret exécutif N° 98-257 du 25 août 1998 définissant les conditions et modalités de mise en place et d'exploitation des services internet – Son article 14 précise : « Dans l'exercice de ses activités, le fournisseur des services INTERNET est soumis aux obligations suivantes :

- offrir, selon les capacités disponibles, l'accès aux services INTERNET à tous les demandeurs en mettant en œuvre les moyens techniques les plus fiables,
- **garder confidentielle, toute information relative à la vie privée** de ses abonnés et n'en faire part que dans les cas prévus par la loi..... »

En revanche la loi du 5 août 2000 fixant les règles relatives à la poste et les télécommunications ne définissait pas les données personnelles et ne prévoyait pas d'autorité de contrôle

La Loi n°04-15 du 27 Ramadhan 1425 correspondant au 10 novembre 2004 modifiant et complétant l'ordonnance N°66-156 du 8 juin 1966 portant code pénal en sa section 7 bis relative aux atteintes aux systèmes de traitement automatisé de données"

La loi 09-04 du 05 août 2009 portant règles particulières relatives à la prévention et à la lutte contre les infractions liées aux technologies de l'information et de la communication définit en son article 2 ce que sont les données informatiques (à noter qu'on ne précise pas s'il s'agit de données personnelles) et l'article 6 rappelle le respect de l'intégrité des données

Cette même loi met en place l'Organe National de Prévention et de Lutte contre les infractions liées aux technologies de l'information et de la communication qui est venu renforcer le dispositif lié aux TIC.

En dépit de tous ces textes il n'y a pas encore en Algérie de texte spécifique à la protection des données personnelles, cependant il est prévu sur la base de l'article 46 de la constitution de 2016, la publication d'un texte sur la protection des personnes dans le traitement des données à caractère personnel et ce, à l'instar du Règlement Général de la Protection des données (RGPD) promulgué par L'Union Européenne le 25 mai 2018.

Ce projet de loi devrait prendre en compte l'institution d'une autorité nationale pour la protection des données à caractère personnel Cela est d'autant plus urgent que la loi 18-05 du 10 mai 2018 a « officialisé » le E-commerce, lequel va amener le consommateur à effectuer des transactions et à remplir des formulaires demandés par les fournisseurs.

Dans cet univers législatif national, et en la quasi absence d'un marché et de l'économie du numérique, le Conseil de la concurrence n'a eu à exercer ses compétences que dans le domaine des TIC et à travers exclusivement les opérateurs de téléphonie mobile. Nous en expliquerons les causes plus loin.

4-Les cas de concurrence traités par le Conseil de la concurrence dans le domaine de l'économie numérique – les causes de la faiblesse du nombre de saisines :

4-1 : Les deux affaires enregistrées :

Le Conseil de la concurrence Algérien a eu à traiter très peu de cas relatifs ou en liaison directe avec l'économie numérique.

il s'agit essentiellement de deux affaires considérées à notre sens comme étant indirectement en rapport avec l'économie numérique :

L'une relative à une saisine de l'association de protection des consommateurs contre l'opérateur historique « ALGERIE TELECOM ».

L'autre relative à une saisine de l'opérateur de téléphonie mobile OTA ex Djezzy contre l'opérateur de téléphonie mobile « Mobilis » (filiale de l'opérateur historique ALGERIE TELECOM).

4-1-1 Saisine de l'association de protection des consommateurs :

Le 15 novembre 2018, le collège du Conseil de la concurrence a examiné la saisine de l'association de protection des consommateurs (APOCE) contre ALGERIE TELECOM et ce, sur la base de l'instruction du dossier par le rapporteur du Conseil de la concurrence.

L'association de protection des consommateurs y dénonçait notamment :

- L'abus de position dominante ou monopolistique sur le marché de l'Internet et notamment dans l'exploitation des prestations de services internet par le biais de l'ADSL.
- L'entrave à la fixation des prix par le libre jeu du marché en favorisant artificiellement leur hausse ou leur baisse.

Les arguments principaux opposés par Algérie telecom ont été les suivants :

Concernant l'abus de position dominante :

- Depuis l'ouverture du marché Algérien consacrée par les dispositions de la loi 2000-03 du 5 août 2000 fixant les règles générales relatives à la poste et aux télécommunications, l'entreprise publique économique ALGERIE TELECOM évolue dans un environnement hautement concurrentiel dans le segment de la DATA, notamment en présence de plusieurs offres des opérateurs de la téléphonie mobile.
- L'offre 4G LTE commercialisée par ALGERIE TELECOM reste de loin la moins chère et la plus compétitive sur le marché en termes de volumes proposés comparée aux offres des autres concurrents (coûts d'accès aux services, durée de validité, disponibilité); à cet effet un comparatif des offres a été joint au dossier.

Concernant l'entrave à la fixation des prix par le libre jeu du marché en favorisant artificiellement leur hausse ou leur baisse :

Les arguments suivants ont été opposés à l'APOCE :

- Il est souligné notamment que les offres d'Algérie telecom sont validés par l'Autorité de Régulation des Postes et Télécommunications (actuelle ARPCE) et ce, avant leur déploiement.
- Il y a lieu en outre de préciser que les tarifs de l'offre 4G LTE n'ont subi aucune augmentation après vérification, et qu'il s'agissait plutôt d'une reconfiguration et une adaptation de l'offre selon une étude de marché et donc des besoins des clients.

A la lumière du dossier d'instruction présenté par le rapporteur du Conseil de la concurrence, le collège a décidé de rejeter la plainte de l'APOCE (association de protection des consommateurs) dans la mesure où les griefs invoqués ne sont pas étayés de preuves.

4-1-2- Saisine de l'opérateur de téléphonie mobile OTA ex Djezzy :

En date du 02 juillet 2018, la Société OTA a déposé une saisine contre MOBILIS (filiale de l'opérateur historique de téléphone mobile ALGERIE TELECOM) auprès du Conseil de la concurrence dont le contenu interrogeait sur « la légalité des privilèges économiques accordés à MOBILIS dans le marché de détail des communications électroniques ».

Les principaux griefs dénoncés par la Société OTA (ex DJEZZY) sont les suivants :

- La tarification asymétrique adoptée en faveur de Mobilis par l'ARPC (Autorité de régulation sectorielle) produit des distorsions concurrentielles sur le segment des offres voix. Cette situation contraint Mobilis à verser un solde net de 345 Millions de Dinars hors taxes au titre de l'interconnexion sur la période de validité du catalogue d'interconnexion 2017-2018.
- Des pratiques discriminatoires : En accordant des conditions tarifaires plus avantageuses à Mobilis sur des services de bande passante internationale qu'il commercialise en position de monopole, Algérie Telecom (Société mère) qui fait partie du même groupe que Mobilis, apparaît agir en violation du principe de non-discrimination.
- Des subventions croisées : en subventionnant un service en concurrence, en l'occurrence les forfaits internet mobile par un service en situation d'exclusivité, en l'occurrence les services de bande passante internationale, le Groupe ALGERIE TELECOM violerait la réglementation en vigueur.
- La pratique de ciseau tarifaire : en raison des avantages économiques dont il dispose, les tarifs pratiqués par Mobilis sur le marché de détail sont susceptibles de générer un effet de ciseau tarifaire.

Cette affaire est en cours d'instruction au niveau du Conseil de la concurrence qui, au préalable a demandé l'avis de l'ARPC avant de statuer et ce, en application de l'article 39 de l'ordonnance 03-03 du 19 juillet 2003 modifiée et complétée relative à la concurrence.

Cependant l'ARPC invoquant la loi 18-04 du 10 mai 2018 fixant « les règles générales relatives à la poste et aux communications électroniques » et notamment son article 13 alinéa 1 considère que l'instruction de cette affaire devrait lui être transféré.

Or, l'analyse préliminaire du contenu de la saisine de OTA en cours d'instruction auprès du Conseil de la concurrence fait ressortir ce qui suit :

- La saisine met en relief un ensemble de pratiques discriminatoires liées à la problématique des prix des prestations de communications électroniques à destination des consommateurs.

- Si ces pratiques s'avèrent fondées, elles relèveraient selon le droit de la concurrence, d'une situation de position dominante ;
- La position dominante n'étant pas interdite en soi, il s'agira pour le service d'instruction du Conseil de la concurrence de détecter les abus éventuels.

Il en découle que le traitement des affaires liées à l'abus de position dominante ne relève pas de l'ARPCCE qui, au demeurant, n'a pas été investie par la loi 18-04 sus visée, de la mission de détection et de sanction des affaires d'abus de position dominante.

En revanche l'article 7 de l'ordonnance 03-03 du 19 juillet 2003 modifiée et complétée relative à la concurrence modifiée et complétée prohibe « tout abus d'une position dominante ou monopolistique sur un marché ou un segment de marché tendant à appliquer à l'égard des partenaires commerciaux, des conditions inégales à des prestations équivalentes en leur infligeant de ce fait un désavantage dans la concurrence.... ».

En conclusion si l'article 13 de la loi 18-04 entre en conflit positif avec les dispositions de l'article 39 de l'ordonnance 03-03 du 19 juillet 2003 relative à la concurrence modifiée et complétée, il ne saurait s'y substituer.

4-2 Les causes de la faiblesse du nombre de saisines en matière d'économie numérique :

Ces causes sont inhérentes essentiellement à la présence quasi embryonnaire d'un marché du numérique en Algérie et au faible nombre de start up activant dans le domaine.

La principale problématique (comme le souligne le Professeur Farid FARAH) réside dans le faible usage des nouvelles technologies du numérique dans le secteur économique, alors que ces dernières restent utilisées principalement dans les réseaux sociaux ou le divertissement.

Si la concurrence commence à pointer du doigt au niveau du commerce électronique récemment « officialisé » en ALGERIE par la promulgation de la loi n° 18-05 du 24 Chaâbane 1439 correspondant au 10 mai 2018 relative au commerce électronique, les opérateurs économiques activant dans le domaine n'ont pas encore eu à exposer au Conseil de la concurrence la manifestation de pratiques anticoncurrentielles.

En effet ni des affaires d'abus de position dominante, ni des cas de pratiques de prix prédateurs ou d'exclusivité , ni encore moins des notifications de fusions ou concentrations ne semblent encore perturber les marchés du commerce électronique.

C'est à ce titre que le Conseil de la concurrence se doit d'anticiper d'ores et déjà sur les types de problématiques qui pourraient lui être posée à l'avenir et que nous abordons dans la partie qui suit.

5-Les chantiers à ouvrir pour la prévention de pratiques anticoncurrentielles dans le domaine de l'économie numérique

5-1 effets de réseau et concentration des marchés :

Les effets de réseau et l'exploitation des données à grande échelle caractérisent aujourd'hui l'économie numérique.

L'économie numérique tend à la concentration des marchés, même si l'innovation peut à tout moment remettre en cause une position dominante. L'économie numérique modifie aussi structurellement la répartition des emplois et pose de nouveaux défis au droit du travail particulièrement.

L'Algérie accuse comme nous l'avions vu précédemment un retard du côté de l'offre en services numériques. Cette situation est due, en particulier, à des réglementations sectorielles rigides et à une structure de financement peu adaptée. En effet le financement par le biais du capital risque est quasi inexistant alors que le financement bancaire, en sus de sa lourdeur bureaucratique, n'est pas à la portée des starts-up.

Selon le Professeur FARAH Ahmed « l'Algérie est en phase de transition numérique et non pas de transformation numériquele numérique dans la transition numérique veut dire transformer l'analogique en numérique (ce que fait aujourd'hui le Ministère de l'intérieur en concevant le passeport biométrique par exemple) prendre l'information du papier et la rendre numérique... Alors que le numérique dans la transformation numérique veut dire utiliser les technologies numériques pour générer des revenus, améliorer les activités et créer un environnement pour le business numérique, c'est-à-dire de l'économie numérique ».

En fait, c'est l'ensemble des réglementations sectorielles qu'il convient de rendre accueillantes pour l'innovation numérique, en offrant un droit à l'expérimentation de nouveaux modèles d'affaires.

Les outils traditionnels du droit de la concurrence sont considérés comme étant adaptés pour lutter efficacement contre les abus de position dominante, mais le diagnostic de ces situations est rendu complexe avec l'économie numérique, du fait que cette dernière repose sur des marchés «bifaces ou multifaces » et sur l'exploitation des données de masse.

Dans la perspective du développement de l'économie numérique, le Conseil de la concurrence se doit de se préparer à faire appel en conséquence à des compétences dans le domaine du traitement et de l'analyse des données.

L'économie numérique est dominée par les effets de réseau, ce qui veut dire que la qualité du service dépend de l'étendue du réseau, c'est-à-dire du nombre d'utilisateurs.

De là vient l'apparition de ces immenses plates-formes, sur lesquelles amateurs ou semi-professionnels peuvent trouver des clients dans des conditions optimisées et sécurisées et leur offrir des services d'une qualité parfois supérieure à celle offerte par les professions traditionnelles. Ces plates-formes d'intermédiation peuvent opérer à une échelle sans précédent (comme Uber dans le transport de personnes).

Dans de nombreux cas, le marché est dominé par l'entreprise qui a su amorcer avant les autres une croissance exponentielle. La victoire ne va pas nécessairement à la première entrée sur le marché, mais plutôt à celle dont la croissance est plus précoce et plus soutenue que celle de ses concurrents d'où la notion du « winner takes all ».

La concentration des marchés numériques ne signifie pas qu'ils sont exempts de concurrence. Le monopole d'une entreprise est moins durable dans l'économie numérique que dans les activités de réseau traditionnelles.

Dans l'histoire récente de l'économie numérique, une innovation technologique ou l'émergence d'un concurrent plus innovant ont déjà eu raison plusieurs fois de la position dominante d'une entreprise.

La vulnérabilité des positions acquises s'explique par une très forte concurrence. Les coûts d'entrée sont faibles car peu de capital physique est nécessaire pour entrer sur les marchés numériques.

La pression des nouveaux entrants au niveau international est importante du fait que le coût d'amorçage des startups a significativement baissé et leur croissance est de mieux en mieux financée par les fonds de capital-risque.

Enfin, les grandes entreprises numériques se font concurrence entre elles, se diversifiant sans cesse sur de nouveaux marchés pour bénéficier de synergies et rendre leurs positions dominantes plus difficiles à contester.

Il en ressort que l'économie numérique se caractérise par de puissants effets de réseau qui poussent à la concentration des marchés. Cependant, les positions dominantes sont plus facilement contestables que dans l'économie classique

Il en ressort aussi que les startups numériques ne peuvent amorcer et faire croître leur activité sans un financement adapté, en effet le financement par le crédit bancaire, est inadapté à de telles activités, qui présentent un risque très élevé. Le mode de financement le plus adapté étant le capital-risque.

5-2 Surveiller les écosystèmes fermés

Grâce au suivi régulier de l'activité des utilisateurs d'applications, les entreprises peuvent collecter massivement des données. Dans certains cas, ces données vont permettre de créer plus de valeur sur une autre face de la plate-forme : ainsi, la capacité à collecter des données sur les requêtes des internautes permet à Google de mieux connaître leurs centres d'intérêt et de leur proposer des offres commerciales ciblées par le biais de sa clientèle d'annonceurs.

Ces écosystèmes fermés, au sein desquels les utilisateurs adoptent un produit et sont ensuite contraints d'acheter exclusivement des terminaux, applications ou contenus liés à celui-ci, posent d'épineuses questions de concurrence.

Ils peuvent être bénéfique pour le consommateur mais la concurrence entre écosystèmes fermés tend à « verrouiller » le consommateur dans un choix technologique donné et peut poser des problèmes de concurrence si les coûts de commutation (switching costs) sont élevés et si les consommateurs achètent de nombreux produits non transférables d'un système à l'autre.

Dans ce cas, le fait d'avoir choisi une technologie contraint les choix ultérieurs des consommateurs et peut les rendre vulnérables vis-à-vis de l'entreprise opérant dans le numérique.

Sur un autre plan, les données personnelles jouent un rôle ambivalent :

- Elles constituent une information privilégiée qui peut être monopolisée par des entreprises privées et barrer l'entrée de nouveaux concurrents.

C'est le cas les cas lorsque les utilisateurs privilégient la mono-appartenance à une plate-forme (« single homing »), un comportement d'ailleurs encouragé par les plates-formes par différents moyens comme les programmes de fidélité.

Un levier prometteur de régulation de ces situations est le développement de la portabilité des données personnelles des utilisateurs.

- Les données personnelles peuvent aussi être mises au service de l'intérêt général.

Par exemple, dans la filière de la santé, les requêtes des internautes révèlent indirectement des informations sur leur état de santé, leur âge, leurs préoccupations et leur localisation : ces données peuvent être exploitées par la puissance publique pour détecter les épidémies et l'apparition de certaines maladies. La numérisation des données personnelles peut enfin servir l'intérêt de la personne elle-même, notamment si elle permet de révéler certains comportements vertueux : un chauffeur documente son bon comportement au volant, un demandeur de crédit fait valoir sa rigueur dans la gestion de son compte bancaire.

5-3 Réguler les effets de réseau indirects

Pour atteindre rapidement une taille critique via des effets de réseau, condition du succès pour une nouvelle plate-forme, différentes stratégies peuvent être mises en place.

La gratuité est l'une d'elles : les services de réservation de chambres d'hôtels sont gratuits pour les individus, mais payants, sur l'autre face, pour les hôtels ;

Google distribue gratuitement le système d'exploitation Android aux constructeurs de smartphones de façon à atteindre une échelle critique et attirer les développeurs d'applications, puis facture certaines de ces applications aux utilisateurs finaux.

Il est difficile de déterminer si ces stratégies sont anticoncurrentielles. Les tests habituels en matière de prédation, qui visent à déterminer si une entreprise dominante pratique un prix inférieur au coût variable de son produit afin d'évincer des concurrents incapables de supporter cette stratégie tarifaire agressive, sont difficiles à appliquer tels quels aux modèles à plusieurs faces. La gratuité sur une face de la plate-forme vise

le plus souvent à enclencher des effets de réseau, non à évincer les entreprises concurrentes.

La présence de contrats d'exclusivité dans les marchés bifaces offre un autre exemple de stratégies pouvant, selon les configurations, se révéler pro ou anti-concurrentielles.

Le droit de la concurrence dispose des outils nécessaires pour appréhender des comportements anticoncurrentiels qui seraient mis en œuvre par des entreprises numériques.

Toutefois, il peut s'avérer nécessaire d'adapter certains tests aux spécificités de l'économie numérique. Par exemple, l'analyse du caractère éventuellement anticoncurrentiel de la « gratuité » nécessite que les « tests de prédation » habituellement mis en œuvre soient revisités pour tenir compte du caractère biface des activités de plates-formes

En revanche, les compétences habituelles – juridiques et économiques – présentes au sein des autorités de concurrence ne sont pas nécessairement les plus adéquates pour examiner si les résultats d'une requête sur Internet affichés par un moteur de recherche ont été biaisés ou si l'usage qui est fait des informations collectées sur les utilisateurs ne sert pas une stratégie anticoncurrentielle.

Conclusion

L'application du droit de la concurrence dans le domaine de l'économie numérique révèle que beaucoup de marchés numériques sont "bifaces" ou "multifaces". Cela permet de mieux comprendre les mécanismes à l'œuvre dans certains marchés numériques et donner de nouvelles définitions des marchés pertinents.

Par ailleurs dans le domaine de l'économie numérique, il est constaté que de nombreux marchés numériques ne présentent pas de prix explicites. On pourrait les appeler les marchés "gratuits", mais en réalité les clients payent avec leurs données personnelles. On pourrait les appeler "les marchés sans prix monétaire" expression qui devient un nouveau concept économique.

Cela exige que les autorités de concurrence se focalisent donc sur les autres paramètres de la concurrence : le choix, la qualité, l'innovation.

Concernant les données, il convient de les appréhender en utilisant les notions classiques. Par exemple, lorsque les données sont vendues comme telles, le droit de la concurrence s'applique normalement, comme à n'importe quel produit.

Ainsi, on peut acheter des données financières, des données de ventes de produits en supermarchés, des données de ventes de produits pharmaceutiques, etc....

Les données sont utilisées parfois comme un **actif ou un intrant**, lorsqu'une entreprise collecte des données auprès de ses clients ou achète des données, par exemple. Ou lorsqu'une entreprise achète une autre entreprise qui possède des données.

Lorsque le traitement des données personnelles par l'entreprise constitue une dimension de la qualité du service – **et lorsque les clients en sont conscients** – **le droit de la concurrence doit être vigilant à toute dégradation de la qualité sur ce point.**

Une concurrence accrue peut amener des entreprises à se faire concurrence également sur la dimension "données personnelles".

Inversement, la portabilité des données – telle que prévue dans le nouveau règlement européen – a pour objectif de permettre aux individus de faire mieux jouer la concurrence entre fournisseurs.

L'article 20 intitulé du RGPD portant sur le « Droit à la portabilité des données » précise : « les personnes concernées ont le droit de recevoir les données à caractère personnel les concernant qu'elles ont fournies à un responsable de traitement, dans un format structuré, couramment utilisé et lisible par machine, et ont le droit de transmettre ces données à un autre responsable du traitement sans que le responsable du traitement auquel les données à caractère personnel ont été communiquées y fasse obstacle ».

Par ailleurs, il existe également des interactions entre le droit des données personnelles et le droit de la protection des consommateurs,

C'est dans l'article L224-42-1 du Code de la consommation Français que l'on trouve la disposition suivante : « le consommateur dispose en toutes circonstances d'un droit de récupération de l'ensemble des données ».

De manière générale, tant en ce qui concerne les pouvoirs publics que les opérateurs économiques du numérique et les autorités de la concurrence, il est recommandé de :

- Instaurer un droit à l'expérimentation pour les entreprises du numérique innovantes qui se lancent dans la nouvelle économie.

- Développer la portabilité des données dans tous les secteurs et concevoir des mécanismes d'authentification pour les individus qui le souhaitent.
- Et enfin, Donner enfin aux autorités de concurrence les moyens humains et techniques nécessaires pour mener les investigations pertinentes dans l'économie numérique.
