
**Intergovernmental Group of Experts on Consumer Law and Policy
(IGE Consumer)**

2nd SESSION
3-4 July 2017
Room XVII, Palais des Nations, Geneva

Monday, 3 July 2017
Afternoon Session

**Agenda Item 3 a. Report on national and regional
implementation of the United Nations guidelines for
consumer protection**

Contribution by
Conseil de la Concurrence
Algérie

*Commentaires au sujet du «Rapport sur la mise en œuvre nationale et régionale
des Principes directeurs des Nations Unies pour la protection des consommateurs:
activités menées dans le cadre des lignes directrices depuis l'adoption de leur
version révisée de décembre 2015».*

CONSEIL DE LA CONCURRENCE -ALGERIE

CONTRIBUTION ECRITE DE Mr SLIMANI Djilali MEMBRE PERMANENT

THEME :

Commentaires au sujet du «Rapport sur la mise en œuvre nationale et régionale des Principes directeurs des Nations Unies pour la protection des consommateurs: activités menées dans le cadre des lignes directrices depuis l'adoption de leur version révisée de décembre 2015».

Avril 2017

Introduction

Dans la présente contribution écrite les principes directeurs des nations unies concernant la protection des consommateurs dans leur livraison de décembre 2015 sont perçus essentiellement sous l'angle du droit de la concurrence pour la simple et bonne raison que le droit de la concurrence assure de manière indirecte ou plus précisément de manière complémentaire la protection du consommateur.

C'est ainsi que l'article 1^{er} de l'ordonnance 03-03 du 19 juillet 2003 modifiée et complétée relative à la concurrence (ALGERIE) précise « la présente ordonnance a pour objet de fixer les conditions d'exercice de la concurrence sur le marché, de prévenir toute pratique restrictive de concurrence et de contrôler les concentrations économiques afin de stimuler l'efficacité économique **et d'améliorer le bien être des consommateurs** ».

Bien sûr il conviendrait sans doute de définir les deux concepts, à savoir : la protection des consommateurs et l'amélioration du bien être des consommateurs néanmoins on ne peut concevoir une amélioration du bien être sans évoquer une protection de ce même consommateur. Nous pouvons même

déduire que l'amélioration du bien être est un stade supérieur ou évolutif de la protection du consommateur.

En fait le consommateur doit être protégé à trois niveaux :

1. **Celui des pratiques déloyales** : telles que le dénigrement, la désorganisation et l'ultime des pratiques déloyales en l'occurrence la contrefaçon. Le parasitisme et la confusion.
2. **Celui des pratiques restrictives de concurrence** : telles que la vente à perte et la prévenance de la rupture de contrats. Ce sont des conditions commerciales abusives imposée par une entreprise en position de domination qui se traduit par des reventes à perte , la rupture de relations commerciales ,le refus de vente.
3. **Celui des pratiques anti- concurrentielles** : telles que l'abus de position dominante et les ententes

Nous n'allons pas dans la présente contribution aborder les deux premiers niveaux sachant qu'il s'agit de missions relevant essentiellement du Ministère du commerce et non pas du Conseil de la concurrence bien que nous nous interrogerons sur l'existence formalisée ou pas d'une politique de protection du consommateur (car constituant en principe le socle des trois niveaux susvisés).

Nous nous intéresserons donc principalement au troisième niveau, celui des pratiques anticoncurrentielles dont les pouvoirs de contrôle et de sanction (amendes) ont été confiés par le législateur au Conseil de la concurrence (entendre autorité de la concurrence en droit européen).

Pour couvrir le sujet nous aborderons les points ci-après :

1. La nécessité d'une politique publique nationale formalisée de protection du consommateur dans les pays du MENA dont ALGERIE.
2. Le degré d'application des principes directeurs des nations unies pour la protection des consommateurs dans sa relation avec le droit de la concurrence.

3-Le concept de « prix excessifs » : une atteinte sournoise à la protection du consommateur dans les pays en voie de développement.

4-L'opportunité de fusion entre autorité de la concurrence et autorité de protection des consommateurs : une voie à étudier.

1- De la nécessité d'existence d'une politique publique explicite de protection du consommateur:

Dans l'article 43 de la Constitution Algérienne de 2016 il est clairement stipulé : « — La liberté d'investissement et de commerce est reconnue. Elle s'exerce dans le cadre de la loi. L'Etat œuvre à améliorer le climat des affaires. Il encourage, sans discrimination, l'épanouissement des entreprises au service du développement économique national. L'Etat régule le marché. **La loi protège les droits des consommateurs.** La loi interdit le monopole et la concurrence déloyale ».

De ce principe Constitutionnel : «**La loi protège les droits des consommateurs** », devrait découler la conception d'une politique publique de la protection du consommateur claire, explicite et formalisée par le pouvoir exécutif et notamment le Ministère du commerce.

Par politique publique il faut entendre :

- L'énoncé des orientations et des objectifs d'un gouvernement ou d'une collectivité sur un sujet d'intérêt public;
- Une prise de position qui peut être implicite et/ou explicite;
- Une orientation influencée par divers facteurs sociaux;
- Un instrument étatique qui se distingue d'une loi ou d'un programme public.

Selon les définitions admises, les politiques publiques peuvent être explicites et/ou implicites. On dira d'une politique qu'elle est explicite lorsqu'elle est clairement énoncée par un gouvernement grâce à la publication d'un document officiel, par exemple. À l'inverse, une politique publique peut être qualifiée d'implicite lorsque elle est exprimée de façon indirecte et sous-entendue par le biais de certaines mesures ou activités.

Lorsqu'une politique publique est explicite, celle-ci est habituellement exposée dans un document qui :

1. Présente un cadre de valeurs et d'action sur un sujet donné;
2. Détermine les orientations de certains programmes publics;
3. Expose la répartition des pouvoirs de décision, le partage des responsabilités et les grands principes d'organisation et d'administration

Rares sont les pays disposant en matière de protection du consommateur de politique publique explicite de laquelle découleraient en principe des programmes et des plans d'action.

Nous pouvons affirmer sans risque de nous tromper qu'aucun pays du MENA n'en dispose.

L'autre constat qui s'impose est que l'on fait souvent confusion entre une loi et une politique publique et ce, tant dans le domaine de la protection du consommateur que dans celui de la concurrence. En fait de sérieuses différences les caractérisent au niveau des aspects ci-après :

- Au plan des objectifs
- Au plan des contenus
- Au plan des champs d'action

- **Au plan des objectifs :**

La loi va formuler une disposition prise par un pouvoir législatif (parlement, chambre, etc.) sur un sujet précis et d'intérêt public alors que la politique publique énonce la position d'un gouvernement dans un domaine d'intérêt public.

- **Au plan des contenus :**

La loi détermine les droits et les devoirs de différentes parties relativement à un sujet donné, Identifie et contraint des autorités ou des individus à son application et son respect et précise les sanctions associées à sa dérogation.

Alors que la politique publique présente un cadre de valeurs et d'actions sur un sujet donné ,détermine les orientations de certains programmes publics, et expose la répartition des pouvoirs de décision, le partage des responsabilités et les grands principes d'organisation et d'administration.

- **Au plan des champs d'action :**

La loi a un champ d'action obligatoire (coercitif) et opérationnel alors que la politique publique a un champ d'action intentionnel et conceptuel.

Cependant tous les pays du MENA , dont l'Algérie, se sont dotés de droit de la consommation (lois et réglementation en matière de protection des consommateurs) sans pour autant ériger ce droit à partir d'un socle ferme que constituerait la politique publique en la matière . Il en est de même en ce qui concerne le droit de la concurrence.

C'est à notre avis une faille importante qu'il convient de lever dans nos pays (MENA) sans quoi le cap de gouvernance ne sera pas fixé tout en laissant la

possibilité de rétractation aisée au pouvoir exécutif quant à la poursuite des politiques ou des réformes.

Pour notre sujet, Il s'agirait à notre avis de transformer la politique publique implicite de protection du consommateur en une politique publique explicite, de sorte que l'irréversibilité de cette même politique publique soit garantie.

2-Le degré d'application des principes directeurs des nations unies pour la protection des consommateurs en relation avec le droit de la concurrence :

Par souci méthodologique il nous semble important de relever à partir du document portant les « principes directeurs pour la protection du consommateur » les points intéressant le droit de la concurrence de manière directe ou indirecte.

Une fois ces points relevés nous essayerons de déterminer leur degré d'application en ALGERIE.

2-1 : Concernant les objectifs :

- **Aider les pays à lutter, aux niveaux national et international, contre toutes les pratiques commerciales abusives des entreprises qui sont préjudiciables aux consommateurs.**

Nous savons bien que le droit de la concurrence régit les relations entre entreprises en compétition sur un même marché alors que le droit de la consommation organise les relations des entreprises et des consommateurs.

L'intérêt des consommateurs se confond avec l'intérêt général et fait que l'autorité de la concurrence ne peut observer de neutralité envers des pratiques commerciales abusives, lesquelles peuvent être le signal d'ententes (non justifiables) ou de positions dominantes (abusives).

Bien que le Conseil de la concurrence fonctionne en ALGERIE depuis janvier 2013 ,la faible culture de la concurrence ne lui a pas encore permis de s'affirmer pleinement sur le marché et dans l'environnement institutionnel , toutefois sa marge de progression sur le plan médiatique est en évolution constante.

En revanche la lutte contre les pratiques commerciales abusives au niveau international (entendre pratiques anticoncurrentielles transfrontalières) est inexistante et reste liée à la concrétisation de programmes d'intégration économiques tels que celui poursuivi actuellement par le programme UNCTAD MENA.

Les conventions de coopération bilatérales entre autorités de la concurrence (exemple convention du Conseil de la concurrence Algérien avec l'autorité Française de la concurrence) n'ont pu dépasser le stade de la formation et d'échanges d'expériences sans pour autant pouvoir aborder la collaboration dans les enquêtes à mener de part et d'autre.

- **Favoriser l'instauration sur le marché de conditions donnant aux consommateurs un plus grand choix à moindre prix :**

L'article 4 alinéa 1 de l'ordonnance 03-03 du 19 juillet 2003 modifiée et complétée relative à la concurrence stipule « les prix des biens et services sont librement déterminés conformément aux règles de la concurrence libre et probe ».

Le consommateur est le bénéficiaire final de ce système. Cela revient à dire que le consommateur est le bénéficiaire des règles de droit de la concurrence.

Considérer que le droit de la concurrence a pour objectif la protection du consommateur reviendrait à dire que le consommateur bénéficie inévitablement du bon fonctionnement de la concurrence et qu'il y a une concordance de finalité entre le droit de la concurrence et le droit de la consommation.

Pour atteindre cet objectif, dans ses actions d'advocacy, le Conseil de la concurrence a appelé les pouvoirs publics à encourager la multiplication des opérateurs sur le marché (entreprises, distributeurs) et à lever les barrières à l'entrée (nationales et internationales), seuls moyens de stimuler la concurrence et aboutir à un plus grand choix à moindre prix au profit du consommateur.

Cependant cette volonté se heurte souvent au conflit entre politique industrielle et politique concurrentielle, comme elle se heurte aussi aux conditions économiques tel que le déséquilibre de la balance commerciale qui contraint les pouvoirs publics à prendre des mesures protectionnistes (exemple actuellement les licences d'importations en vigueur en ALGERIE).

2-2 concernant les principes généraux :

- **Promotion et protection des intérêts économiques des consommateurs**

Le droit de la consommation impose des obligations aux intervenants et agents économiques dans le cadre de leurs rapports avec les consommateurs, sous peine de sanctions pénales, mais détermine également les clauses qui doivent figurer obligatoirement dans le contrat, celles qui ne doivent pas y figurer étant considérées comme abusives, et enfin les formes à observer.

S'agissant d'un contrat d'adhésion, il encadre en fait, la volonté de l'intervenant. Ce formalisme imposé permet comme précisé à l'article 30 de la loi n° 04-02 relative aux pratiques commerciales, de : « ...*préserver les intérêts et les droits du consommateur, les éléments essentiels des contrats peuvent être fixés par voie réglementaire, qui peut également interdire l'usage, dans les différents types de contrats, de certaines clauses considérées comme abusives...* ».

Par ailleurs la définition du contrat par la loi n° 04-02 relative aux pratiques commerciales comme étant : « *tout accord ou convention, ayant pour objet la vente d'un bien ou la prestation d'un service, et rédigé unilatéralement et préalablement par l'une des parties à l'accord et auquel l'autre partie adhère sans possibilité réelle de le modifier...* » montre clairement qu'on n'est plus dans le schéma classique (code civil : volonté des deux parties) et donc que l'intérêt du consommateur est protégé.

- **Les politiques en faveur de modes de consommation durables devraient tenir compte des objectifs que sont l'élimination de la pauvreté, la satisfaction des besoins essentiels de tous les membres de la société et la réduction des inégalités dans les pays et entre les pays**

Les bénéficiaires de la concurrence peuvent profiter à tous, y compris les plus pauvres. Le Forum mondial sur la concurrence organisé par l'OCDE s'est intéressé en février 2013 au lien entre concurrence et réduction de la pauvreté, et le Groupe intergouvernemental d'experts du droit et de la politique de concurrence de la CNUCED a également abordé le thème de l'impact des cartels sur les plus pauvres en juillet 2013.

Une série de conclusions a pu être dressée à partir des contributions d'une grande variété de délégations.

Certes, s'agissant de la «pauvreté absolue», qui concerne des individus qui se trouvent pratiquement hors marché pour leur accès à des produits et services de première nécessité, la politique de la concurrence est d'un faible impact sur leur condition.

En revanche, si l'on considère l'état de «pauvreté relative» présent aussi bien parmi les pays développés que dans les économies émergentes ou en transition, la concurrence a un impact positif sur ces populations : baisse des prix, opportunités accrues pour les petits producteurs, combinaison du progrès technologique et de l'ouverture à la concurrence au bénéfice des consommateurs modestes et des très petites entreprises (par exemple, l'accès à coût abordable aux technologies de l'information permet à des agriculteurs isolés de s'informer du cours de leurs produits, sans recours à un intermédiaire) .

- **Toutes les entreprises devraient respecter les lois et règlements des pays où elles opèrent. Elles devraient aussi se conformer aux dispositions pertinentes des normes internationales relatives à la protection du consommateur auxquelles les autorités compétentes du pays intéressé ont souscrit.**

L'Algérie va renforcer sa réglementation relative à la protection du consommateur, mais aussi la réglementation du commerce en général, afin de se mettre en conformité aux standards internationaux dans le cadre de l'accession à l'OMC.

Il s'agit de la mise à niveau du dispositif réglementaire du commerce, dont essentiellement la loi de février 2009 relative à la protection du consommateur par rapport au référentiel international en la matière.

S'il est permis de relever la conformité d'un certain nombre de produits algériens aux normes internationales, il a été constaté, cependant, la persistance d'insuffisances telles celles liées à l'emballage et à l'étiquetage.

Le ministère du Commerce, en concertation avec d'autres départements ministériels et l'association des consommateurs notamment, élabore ainsi des textes pour mieux se conformer aux accords de l'OMC pour les aspects relatifs aux mesures sanitaires et phytosanitaires (SPS) et aux obstacles techniques au commerce (OTC), tels l'aspect organisationnel, la circulation des marchandises et l'encadrement du contrôle.

En outre, le fait que l'Algérie soit membre de plusieurs organismes internationaux tels que le Comité Codex Alimentarius (organisme de normalisation alimentaire) et le CIPV (pour la protection de végétaux), cela lui facilite ce processus puisqu'elle est déjà conforme à la plupart des normes internationales.

Au delà de la protection du consommateur, la mise à niveau du cadre réglementaire du commerce devra également permettre une compétitivité meilleure pour l'entreprise Algérienne et ses produits sur les marchés internationaux.

2-3 concernant les principes directeurs :

- **Lors de l'application de tous règlements ou procédures assurant la protection du consommateur, il faudrait dûment veiller à ne pas en faire des obstacles au commerce international et à en déterminer la compatibilité avec les obligations auxquelles est assujéti ce commerce.**

Ceci est d'autant vrai pour l'application de tous règlements ou procédures assurant la protection des entreprises par le droit de la concurrence.

Le commerce international n'en sera que plus renforcé en présence d'un droit de la concurrence lorsque l'institution qui veille à son application (autorité de la concurrence) est indépendante du pouvoir exécutif.

Toute interférence politique serait alors vouée à l'échec et encouragerait de ce fait l'amélioration du climat des affaires.

Les investissements directs étrangers seront alors attirés et contribueront à animer la concurrence dont l'intensité est souvent faible sur le marché des pays du MENA (exple ALGERIE).

Le Plan d'Action du Gouvernement Algérien vise en ce domaine à renforcer le secteur des PME-PMI afin d'encourager la concurrence et l'offre de consommation, notamment avec :

- une aide à l'implantation locale de commerces ;
- une réhabilitation des commerces fermés ;
- un assainissement du registre national du commerce ;
- une simplification administrative à la création ou reprise d'entreprise.

- **Éducation des consommateurs et des entreprises**

Le comportement du consommateur Algérien a évolué. Il ne se satisfait plus de la simple disponibilité des produits, mais exige un bon rapport qualité/prix et il se soucie désormais des risques encourus sur sa santé et sa sécurité.

Avec les nouvelles technologies de l'information et de la communication, se développent aussi des pratiques nouvelles de consommation tout comme l'accès à des produits nouveaux pour le marché.

Malgré les actions de sensibilisation à l'initiative du Ministère du Commerce en partenariat notamment avec les associations de consommateurs, les questions liées aux accidents domestiques ou encore aux intoxications alimentaires sont régulièrement enregistrées.

Malgré une avancée notable dans l'information des consommateurs, celle-ci ne répond pas au besoin de sensibilisation et d'information de l'ensemble de la population.

Des cibles vulnérables, telles que les jeunes, les personnes illettrées (le taux d'analphabétisme en Algérie est estimé à 14% en 2015) ou encore les personnes atteintes d'un handicap visuel ou auditif, ne sont pas atteintes par les supports actuels.

Le guide du consommateur, dans sa forme actuelle, ne constitue pas un outil pédagogique pour les professeurs de l'enseignement primaire ou moyen ou encore pour les formateurs de la formation continue des adultes.

Pour l'essentiel, les actions d'information et sensibilisation des consommateurs menées inégalement par quelques associations de consommateurs portent sur :

- l'édition et la diffusion de dépliants et brochures, à la portée et l'efficacité limitée tant par le nombre de sujets abordés, leur traitement essentiellement textuel et la nature du support (pas de recours à l'audiovisuel) ;
- la participation à des événements locaux (marchés, salons) ;
- des interventions en milieu scolaire

Concernant les entreprises, une action d'envergure est menée actuellement par le Conseil de la concurrence qui consiste à mettre en place des programmes de conformité aux règles de la concurrence au niveau des entreprises.

Cette opération a été enclenchée en fin d'année 2016 par l'organisation d'une journée d'étude animée par des experts de l'Union Européenne (Autriche, Pologne et Italie) et qui se poursuit en 2017 par l'organisation d'une deuxième journée d'étude le 27 avril 2017 durant laquelle il est prévu de passer à une deuxième phase d'application.

2-4. concernant la promotion et protection des intérêts économiques des consommateurs

- **Les États Membres devraient élaborer, renforcer et maintenir, selon le cas, des mesures pour lutter contre les pratiques commerciales restrictives ou autres susceptibles de nuire aux consommateurs et, notamment, prévoir les moyens d'en assurer le respect**

Les pratiques commerciales restrictives nuisent aux consommateurs.

Le droit de la concurrence et le droit de la consommation poursuivent des finalités différentes, pourtant chaque corps de règles peut concourir au renforcement de l'autre.

La protection du consommateur contre les tromperies ou les comportements abusifs de certains professionnels protègent en même temps les concurrents qui n'usent pas des mêmes procédés.

Inversement, le développement d'une concurrence loyale et réglée entre les entreprises les incite à mettre sur le marché des produits et services de meilleure qualité et au meilleur prix, dans l'intérêt du consommateur.

Pour en assurer le respect, il est fondamental qu'une relation permanente et soutenue soit établie entre l'autorité de la concurrence et les associations de protection des consommateurs.

Cette relation est à ses premiers balbutiements en Algérie et devrait prochainement être renforcée sachant que les associations de consommateurs ont été invitées à assister à la prochaine journée d'étude du 27 avril 2017 qui portera sur la mise en place des programmes de conformité aux règles de la concurrence.

Cependant des rapports devraient être établis aussi avec **les instances spécialisées dans la protection du consommateur** qui peuvent servir aux autorités administratives.

Certaines ont été installées auprès du premier Ministre, alors que d'autres l'ont été auprès du Ministre du commerce, voire auprès d'autres administrations centrales tel, le Comité national chargé de la coordination intersectorielle en matière de protection de la santé du consommateur contre les risques alimentaires.

Il s'agit essentiellement du Conseil national de protection des consommateurs et de la Commission des clauses abusives.

1- Le Conseil national de protection des consommateurs

C'est l'article 24 de la loi n° 09-03 qui a créé ce conseil national de protection des consommateurs.

C'est un organe consultatif, installé auprès du Ministre du commerce, appelé à donner son avis et à proposer des mesures à même de contribuer au développement et à la promotion de la politique de protection du consommateur.

Le conseil est composé de représentants : au titre des ministères, des organismes et établissements publics, du mouvement associatif et au titre de personnalités expertes.

2- La commission des clauses abusives

C'est l'article 6 du décret exécutif n° 06-306 qui a créé, auprès du Ministre du commerce, une commission dite des clauses abusives.

Cette commission à caractère consultatif, est chargée de : «...*rechercher dans tous les contrats appliqués par les agents économiques aux consommateurs les clauses qui peuvent présenter un caractère abusif et formule des recommandations au ministre chargé du commerce et aux institutions concernées ; ...*»

La commission est composée des représentants des ministères du commerce et de la justice, d'un membre du conseil de la concurrence, de deux représentants des opérateurs économiques et de deux représentants des associations de protection des consommateurs.

Il faut souligner cependant que ces deux instances spécialisées créées par textes officiels (loi 09-03 du 25 février 2009 et décret exécutif 06-306 du 10 septembre 2006) ne sont pas à ce jour, fonctionnelles.

- **Les États Membres devraient favoriser une concurrence loyale et effective afin d'offrir aux consommateurs l'éventail le plus large possible de produits et de services au prix le plus bas. Les États Membres devraient veiller à ce que leurs politiques de protection des consommateurs ne soient pas utilisées pour protéger les entreprises nationales contre la concurrence ou appliquées de manière déloyale**

La nécessité de l'existence d'un droit séparé de la consommation tient au fait que le droit des consommateurs inclut de nombreuses questions qui sont étrangères au droit de la concurrence, comme la santé et la sécurité des consommateurs.

Le droit de la concurrence est tout autant indifférent aux problématiques portant sur la contre façon, la publicité mensongère, les infractions sur les poids et les mesures, ou encore concernant le surendettement des consommateurs.

Le droit de la concurrence, bien que protégeant souvent le consommateur, n'est pas suffisant à sa protection, car il n'est pas de son rôle d'aborder toutes les problématiques afférentes au consommateur et à sa défense.

Pour cela plusieurs pays, dont l'Algérie, ont opté pour la spécialisation des autorités de régulation (une pour la concurrence et l'autre pour la protection des consommateurs).

Cependant ce type d'organisation n'est pas mené à terme en ALGERIE en ce sens que l'autorité de la protection des consommateurs n'existe pas et ses missions demeurent confiées à une Direction générale du Ministère du commerce.

L'article 24 de la loi n° 09-03 a créé le Conseil national de protection des consommateurs, dont la composition et les missions sont fixées par le Décret exécutif n°12-355 du 11 octobre 2012.

C'est un organe consultatif, installé auprès du Ministre du commerce, appelé à donner son avis et à proposer des mesures à même de contribuer au développement et à la promotion de la politique de protection du consommateur.

Le Conseil est composé de représentants : au titre des ministères, des organismes et établissements publics, du mouvement associatif et au titre de personnalités expertes.

Nous avons signalé plus haut et rappelons que cet organe consultatif n'est pas encore fonctionnel.

La politique de protection des consommateurs, étant généralement implicite et non pas explicite dans les pays du MENA, pourrait être à l'origine de dérives telles que la protection des entreprises nationales contre la concurrence internationale.

Toutefois l'absence de normes à l'importation des produits de consommation peut tout aussi bien porter préjudice physique et financier au consommateur au nom de la liberté de commerce et de l'ouverture des frontières au commerce international.

Plus les pays du MENA instaurent des normes à hauteur de celles prévalant au niveau international tant pour la production intérieure que pour les importations et plus la sécurité et la santé de leurs citoyens sera préservée.

La concurrence par la qualité prendra le relais de la concurrence par les prix en vue d'atteindre un rapport qualité/prix optimal.

- **La suppression des subventions encourageant des modes de consommation et de production non viables**

Le principe est d'assurer que la concurrence ne soit pas faussée dans le marché intérieur.

En intervenant pour promouvoir certaines activités ou protéger des industries nationales, les Etats sont susceptibles de fausser la concurrence dans le marché intérieur.

Le droit de la concurrence Algérien ne prévoit pas le traitement des « aides de l'Etat » ou subventions.

Cela relève beaucoup plus d'un héritage du système socialiste duquel l'Algérie en est sortie dès l'année 1988 (lancement des réformes économiques).

Cependant à ce jour des secteurs notamment publics continuent à bénéficier des aides de l'Etat alors que certains produits de première nécessité (produits par le secteur privé aussi) bénéficient de subventions de l'Etat pour le maintien de prix bas à la portée du pouvoir d'achat du consommateur.

Le Conseil de la concurrence Algérien a soumis récemment des propositions d'amendements à l'ordonnance actuelle relative à la concurrence.

Parmi ces amendements (au nombre de trente quatre) figure la proposition de soumettre les aides de l'Etat et des collectivités aux entreprises à l'avis du Conseil de la concurrence dès lors qu'elles peuvent avoir un impact négatif sur la concurrence.

L'encouragement de l'Etat sans discrimination aux entreprises a été consacré par l'article 43 de la Constitution Algérienne amendée en 2016 et suggère d'analyser méticuleusement les aides de l'Etat consenties aux entreprises du secteur public.

2-5. concernant la Coopération internationale

- **Les États Membres devraient, dans l'intérêt du public, renforcer leur capacité de coopérer dans la lutte contre les pratiques commerciales transfrontières frauduleuses et trompeuses, étant entendu que la coopération dans le cadre d'enquêtes ou d'affaires particulières en vue d'assurer l'application des présents principes directeurs reste à l'entière discrétion de l'organisme chargé de la protection des consommateurs à qui il a été demandé de coopérer.**

Les articles 40, 41, 42,43 de l'ordonnance 03-03 du 19 juillet 2003 modifiée et complétée relative à la concurrence autorisent la réciprocité dans la communication d'informations et de documents aux autorités étrangères de concurrence ainsi que dans la conduite d'enquêtes liées à des pratiques restrictives de concurrence.

Par ailleurs la mise en œuvre de ces mesures peut s'effectuer selon l'article 43 de l'ordonnance 03-03 du 19 juillet 2003 par la conclusion de conventions organisant les relations avec les autorités étrangères de la concurrence.

En essayant d'introduire, dans une convention avec une autorité de la concurrence d'un pays d'Europe, la conduite d'enquêtes liées à des pratiques restrictives de concurrence, le Conseil de la concurrence Algérien s'est heurté à trois obstacles soulevés par la dite autorité de concurrence :

1. Cette convention ne peut être signée sans l'accord de l'Union européenne ;
2. La mise en œuvre de la convention imposera des ressources budgétaires à mobiliser qui ne peuvent être prélevées du budget actuel de la dite 'autorité de la concurrence.
3. Le secret des affaires est une contrainte supplémentaire.

Tout cela pour dire qu'entre l'intention affichée par les articles de la loi et leur application effective peuvent exister des contraintes quasi insurmontables.

Les mêmes obstacles (notamment le deuxième) peuvent surgir pour les pays du MENA lors de la phase de signature de ce type de convention, à savoir l'insuffisance ou la limitation budgétaire.

Quant à l'ordonnance 03-03 du 19 juillet 2003 modifiée et complétée qui ne fait effectivement pas cas explicite de « l'application extraterritoriale de la loi », il est paradoxal de trouver sur le site Web du Ministère du commerce Algérien dans la partie « foire aux questions » le paragraphe suivant en réponse à une question sur le sujet: début de citation « 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 : ces règles s'appliquent à toutes les entreprises quelle que soit leur nationalité ».

Il est ainsi étonnant de remarquer que ce paragraphe ne fait référence à aucun texte législatif ou réglementaire.

En conclusion, ce principe directeur des nations unies a toute son importance et doit être traité dans le sens de sa réalisation effective que ce soit au niveau régional (ce qu'essaie de faire le programme UNCTAD MENA en visant l'intégration économique de ces pays) qu'au niveau international.

Sans quoi ce principe risque de ne constituer qu'un vœu pieux.

- **Les États Membres devraient s'assurer que leurs politiques et mesures de protection du consommateur ne font pas obstacle au commerce international et sont conformes à leurs obligations internationales en matière de commerce**

Les obligations internationales de l'Algérie en matière de commerce international sont matérialisées principalement par l'accord de libre échange avec l'Union Européenne.

Par ailleurs depuis la transition économique engagée en Algérie depuis les années 1990, l'Algérie continue d'intensifier ses efforts pour diversifier son économie, ses échanges commerciaux et favoriser la coopération économique et régionale.

La consolidation des réformes économiques engagées, en vue également de l'adhésion à l'OMC, s'accompagne de la volonté d'accroître les niveaux de production et de qualité des produits industriels ou agroalimentaires tant pour le marché intérieur que pour l'exportation.

A titre d'exemple le respect de l'accord de libre échange avec l'Union Européenne s'est avéré largement en défaveur de la partie Algérienne en raison du très faible niveau de ses exportations hors hydrocarbures.

Ce qui a nécessité récemment une évaluation par les deux parties du dit accord suivie d'un moratoire sur la levée intégrale des droits de douanes.

3-Le concept de « prix excessifs » : une atteinte sournoise à la protection du consommateur dans les pays en voie de développement

Les autorités de la concurrence se préoccupent légitimement du niveau des prix.

La défense du pouvoir d'achat du consommateur est en effet la principale justification de leurs interventions.

Pour un pays en voie de développement nous considérons qu'une importance particulière doit être accordée à la problématique de fixation de « prix excessifs » si l'on veut protéger le consommateur et lui assurer un bien être.

L'application de prix « excessifs » aux consommateurs et la perte sèche qui en résulte constituent la justification de l'intervention dans les secteurs contrôlés par un monopole.

Le caractère abusif des prix excessifs et leur inefficience en matière d'affectation des ressources, du fait d'un transfert de richesse des consommateurs aux producteurs, suivie d'une réduction du bien-être de la société doivent être invoqués pour justifier l'intervention.

Cependant les autorités de la concurrence sont souvent réticentes à prendre des mesures pour sanctionner les comportements abusifs sous forme de fixation de prix excessifs.

Les autorités de la concurrence préfèrent plutôt mettre l'accent sur les pratiques anticoncurrentielles d'entreprises en position dominante.

C'est dans cet esprit les autorités de la concurrence ont tendance à épouser le principe économique qui consiste à considérer que le marché s'autorégule ou s'auto-corrige de lui-même.

Or, dans certaines circonstances, les marchés ne sont pas du tout en mesure de se corriger d'eux-mêmes, ou de le faire dans un délai raisonnable.

Cette incapacité peut être due, par exemple, à d'importants obstacles à l'entrée sur le marché tel que cela se vérifie fréquemment dans les pays du MENA.

Lorsque l'autocorrection n'est pas possible, la perspective de subir des prix très élevés induisant des effets préjudiciables au bien-être des consommateurs nécessite une intervention, soit dans le cadre du droit de la concurrence, soit de la part des autorités réglementaires

Le risque d'une défaillance persistante du marché est particulièrement élevé dans les économies de petites tailles où les contraintes de la concurrence sont généralement plus faibles, ou sur les marchés dont la libéralisation est récente et où les anciennes entreprises publiques continuent à exercer des pouvoirs importants à l'exemple des pays du MENA dont notamment l'ALGERIE.

En l'absence de forces compensatrices sur le marché ou de solutions offertes par la réglementation, le droit de la concurrence peut constituer l'instrument à utiliser en dernier ressort de manière à réduire les prix à la consommation.

Il faut cependant reconnaître que les cas de prix excessifs sont considérés comme étant parmi les cas les plus difficiles et complexes pour les autorités de la concurrence en termes d'évaluation, d'analyses des données et de conception et de mise en œuvre de mesures appropriées.

Ces difficultés peuvent occasionner un risque important d'erreurs qui se traduisent en condamnations injustifiées ou en acquittements injustifiés.

Sur un autre plan, les travaux de l'OCDE sur les prix excessifs ont relevé ce qui suit « *L'identification et le règlement des problèmes de tarification excessive dans le cadre de la loi sur, la concurrence peuvent empiéter sur les fonctions d'une autorité chargée de la réglementation sectorielle. L'absence d'organisme de réglementation*

spécifique peut laisser penser que la meilleure façon de remédier au problème consiste à mettre en œuvre ou à étendre un système réglementaire ; à l'inverse, s'il existe une instance de réglementation efficace (indépendante), il ne sera peut-être pas indispensable d'imposer l'application de la loi sur la concurrence. Par ailleurs, l'autorité chargée de la concurrence et l'instance de réglementation pourront s'employer ensemble à résoudre le problème, la seconde étant particulièrement à même de déterminer et de faire appliquer le remède approprié ».

Dans ce même cadre, la contribution du Mexique aux travaux de l'OCDE aurait présenté une variante intéressante : « bien que les prix excessifs ne constituent pas une infraction au droit de la concurrence aux termes de la loi mexicaine, les autorités chargées de la concurrence disposent de pouvoirs leur permettant de déterminer si la tarification pratiquée sur un marché donné est abusive, auquel cas elles peuvent appliquer, ou élargir, une réglementation particulière ».

De notre point de vue, nous considérons et sommes persuadés qu'en ce qui concerne les pays du MENA et notamment l'Algérie, les marchés ne s'auto corrigent pas toujours et les défaillances du marché existent bel et bien .

Les prix excessifs ont pour effet de diminuer le bien-être du consommateur et ont pour effet aussi de diminuer le bien-être total (perte sèche).

L'intervention des autorités de la concurrence en matière de fixation de prix excessifs peut combler une lacune du droit de la concurrence et offrir une deuxième chance si l'autorité n'a pas décelé la pratique anticoncurrentielle.

Enfin l'intervention de l'autorité de la concurrence rend la population plus favorable à la politique de la concurrence.

4-l'opportunité de fusion entre autorité de la concurrence et autorité de protection des consommateurs : une voie à étudier

Nous avons vu dans les précédentes parties combien les deux droits sont complémentaires (droit de la concurrence et droit de la consommation).

Pour les pays du MENA il nous paraît très opportun de regrouper les questions relatives à la concurrence et à la protection des consommateurs au sein de la même institution.

En effet plusieurs pays ont fusionné leurs organismes de concurrence et de protection des consommateurs.

A ce titre la conception d'une autorité de la concurrence à double compétence (application des deux droits : concurrence et protection des consommateurs) peut créer des synergies.

En Algérie la fusion des deux organismes (Conseil de la concurrence et Conseil national de la protection du consommateur) avec délégation à cette nouvelle institution des prérogatives en matière de protection du consommateur qui sont actuellement du ressort de la Direction Générale du Ministère du commerce devrait être étudiée car porteuse de synergies et de coordination efficace.

En effet, cette double compétence permettrait une gestion centralisée, des synergies opérationnelles, des équipes pluridisciplinaires et une utilisation efficace des compétences disponibles.

IL est admis cependant que la coordination des procédures peut s'avérer difficile dans le cas de législations qui s'appliquent, pour l'une au niveau individuel des consommateurs et pour la seconde au niveau du marché.

De même sur le plan de la pratique judiciaire, la coordination entre les deux régimes n'en serait pas forcément aisée, néanmoins une protection parfaite du consommateur est, à notre sens, à ce prix.

.-----

.