

Les pratiques prohibées des entreprises économiques en Algérie

The prohibited practices of economic enterprises in Algeria

ABDESSELAM HACENE

Université de Sétif2. Algérie

abdesselamhacene8@gmail.com

NOUREDDINE BENCHEIKH

Université de Sétif2. Algérie

nbencheikh2019@gmail.com

Date de soumission : 17/10/2019

Date d'acceptance : 21/12/2019

Date de publication : 31/12/2020

Résumé

Le droit de la concurrence n'interdit pas la position dominante telle quelle. (La seule exception réside, peut-être, dans ce qu'il est habituellement appelé procédure de « concentration »). La grande taille de l'entreprise n'est pas interdite en soi. Seule l'abus de la puissance économique est prohibé lorsqu'il aboutit à une limitation de la concurrence. On ne saurait, en effet condamner une entreprise qui, grâce à ses performances économiques, a dépassé ses concurrents au point de dominer le marché. La clientèle appartient au commerçant qui se montre assez habile pour l'attirer et assez diligent pour la conserver.

- **Mots clés** : position dominante, abus, concurrence, puissance économique, concentration, performance économique.
- **Codes de classification JEL** : K21 ; L13 ; L41

Summary:

The competition law does not ban the domination stand as such. (the unique exception lies perhaps in what is commonly called "concentration" procedure). The big size of the company is not itself banned. Only the economic power abuse is prohibited when it leads to a limitation of the competition. One cannot, in fact, condemn a given company which, thanks to its economic performance, overtakes its competitors to the point of dominating the market. The customers do belong to the tradesman that proves to be tactful in attracting them and tries hard to keep them.

- **Keywords**: Domination stand, abuse, competition, economic power, concentration, economic performance.
- **JEL Classification Codes** : K21 ; L13 ; L41

Auteur correspondant : ABDESSELAM HACENE, Email : abdesselamhacene8@gmail.com

1. Introduction :

La position dominante est définie par l'article 1^{er} de la loi de 2003 relative à la concurrence comme « la position permettant à une entreprise de détenir, sur le marché en cause, une position de puissance économique qui lui donne le pouvoir de faire obstacle au maintien d'une concurrence effective, en lui fournissant la possibilité de comportements indépendants dans une mesure appréciable vis-à-vis de ses concurrents, de ses clients ou de ses fournisseurs »*

Il ressort de ce texte que la position dominante doit se définir par rapport aux concurrents et aux partenaires économiques. L'entreprise en position dominante non seulement jouit d'une indépendance de comportement par rapport à ses concurrents et à ses partenaires, mais encore est en mesure d'exercer un pouvoir sur eux. Cette définition s'inscrit dans le sillon logique des définitions universelles des positions dominantes. La cour de justice des communautés et le conseil de la concurrence français se sont prononcés en ce sens (BOULOUIS et CHEVALIER, 1978, p 207). La cour de justice précitée, dans un autre arrêt, a apporté une autre précision intéressante : « la position dominante, à la différence d'une situation de monopole ou de quasi-monopole, n'exclut pas l'existence d'une certaine concurrence, mais met la firme qui en bénéficie en mesure sinon de décider, tout a moins d'influencer notablement les conditions dans lesquelles cette concurrence se développera et, en tout cas, de se comporter dans une large mesure sans devoir en tenir compte et sans pour autant que cette attitude lui porte préjudice » (Hoffmann, 1979, p 461).

Il est donc aisé de conclure que le droit de la concurrence n'interdit pas l'état de position dominante en tant que tel. On ne saurait en effet condamner une entreprise qui, grâce à ses performances économiques, a dépassé ses concurrents au point de dominer le marché. La « clientèle appartient au commerçant qui se montre assez habile pour l'attirer et assez diligent pour la conserver. » (Guyon, 1997, p 810)

La concurrence peut être faussée sur un marché par le fait de très grandes entreprises. Celles-ci sont en mesure de s'affranchir des contraintes de la concurrence ou même de réduire la marge de concurrence qui demeure sur le marché. La grande taille n'est pas interdite en soi, seul l'abus de la puissance économique est prohibé lorsqu'il aboutit à une limitation de concurrence.

Il ressort en effet de l'analyse des textes en vigueur et notamment l'ordonnance 03-03 du 19/07/2009 relative à la concurrence et les décisions rendues, sous l'égide de la loi 95-06 du 25/01/1995, par le conseil de la concurrence que l'infraction ne saurait être relevée qu'avec la réunion de deux conditions : que l'entreprise en position dominante mette en œuvre des pratiques abusives et que ces pratiques abusives affectent le jeu de la concurrence sur un marché.

2. Les pratiques abusives :

(1) * Alors que la position dominante consiste en une domination absolue ou quasi-absolue qui est exercée sur l'ensemble des entreprises présentes sur un marché, la dépendance correspond à une domination relative, exercée par une entreprise sur une autre.

La notion d'exploitation abusive est appliquée aux comportements d'une entreprise ou d'un groupe d'entreprises qui, étant en position dominante sur son marché, cherche à obtenir un avantage économique ou concurrentiel injustifié grâce exclusivement à sa domination du marché, au détriment de ses partenaires économiques, de ses concurrents actuels ou potentiels, ou des consommateurs. La notion d'abus étant une notion floue, les comportements dénoncés ne seront, dans chaque cas particulier, déclarés fautifs qu'après un examen détaillé des circonstances de leur mise en œuvre. Cela signifie que l'abus peut résulter du seul fait que la pratique a été mise en œuvre par une entreprise qui est en position dominante sur son marché. Une hausse excessive et injustifiée de prix, par exemple, sera répréhensible de la part d'une entreprise en position dominante et à fortiori en monopole sur un marché, tandis qu'elle ne sera pas considérée comme abusive de la part d'une entreprise ne bénéficiant pas d'une telle situation.

Certaines pratiques restrictives de concurrence peuvent cependant être légitimées. Ainsi un refus de vente opposé par une entreprise en position dominante ne sera pas considéré comme abusif, si par exemple il est démontré que la demande revêtait un caractère anormal ; ou que le refus de vente était justifié par l'existence d'un contrat de distribution exclusive ou sélective régulier, ou encore que le fournisseur ne pourrait satisfaire à cette demande compte tenu de ses disponibilités (Guyon, 1997, p 829)

En tout état de cause, les pratiques dénoncées doivent être établies. Les plaignants ne sauraient se contenter de simples allégations.*

Sous les réserves ci-dessus, la notion d'abus est applicable notamment aux pratiques portant sur les prix et les conditions de vente de l'entreprise dominante ; ou concernant ses relations commerciales avec ses partenaires économiques.

2.1. Les pratiques portant sur les prix et les conditions de vente.

2.1.1. Les pratiques portant sur les prix.

Sont considérées en premier lieu comme abusives les pratiques qui tendent à augmenter artificiellement le prix des produits. En effet l'augmentation artificielle du prix « sans rapport raisonnable avec la valeur économique de la prestation fourni » (BOULOUIS et CHEVALIER, 1978, p 426) ou en l'absence de justification objective est jugée abusive (Grammophon., 1971, p 29). Par ailleurs, Il n'y a pas de caractère abusif lorsque la société disposant du monopole des installations de stockage du carburant sur un site décidait d'une hausse importante de prix (Conseil concurrence français, 1990, D 22).

* A de très nombreuses reprises, les saisines pour abus de position dominante avaient été jugées irrecevables ou n'avaient pas donné lieu à poursuite car leurs auteurs n'avaient pas apporté la preuve que les pratiques alléguées avaient effectivement été mises en œuvre. En ce sens, Renée GALENE, Droit de la concurrence & Pratiques anticoncurrentielles. EFE, page 186. Il est généralement reconnu l'existence d'un critère principal de la position dominante, qui peut être complété, le cas échéant, par des critères secondaires. La démarche des autorités communautaires est tout à fait semblable.

2.1.2. Les pratiques portant sur les conditions de vente.

Est considéré par exemple comme abusif le fait pour une entreprise en position dominante d'inclure dans ses conditions générales de vente une clause restrictive de responsabilité au préjudice du consommateur. *

La pratique de condition de vente discriminatoire relève de la même interdiction. Cette pratique était expressément désignée comme abusive au tiret 2 de l'article 7 de l'ordonnance de 1995 précitée. Cette ordonnance étant abrogée, le texte est remplacé par l'article 18 de la loi 04-02 du 23/06/2004 fixant les règles applicables aux pratiques commerciales. Elle avait été sanctionnée dans le cas de la SNTA qui se prévalait, pour justifier son comportement à l'égard de ses clients, du système de quotas à défaut de pouvoir tous les satisfaire en marchandise demandée. Mais « si la société était contrainte au regard de sa production insuffisante à adopter le système de quotas, ceci ne justifie en rien le comportement préférentiel vis-à-vis des uns et l'exclusion vis-à-vis des autres. Considérant que la position de la société en cause dans le marché est une position de monopole ou de domination alors que ses clients sont dans une situation de dépendance, ce comportement se qualifie de pratique abusive justifiant l'application de l'alinéa 2 de l'article 7 de l'ordonnance portant concurrence » (Conseil concurrence algérien, 1998, D 98)[†]

De même, Le conseil de la concurrence dans sa décision 99-D-01 du 23/06/1998 rendue contre l'entreprise nationale des industries électroniques (ENIE) a considéré que le traitement préférentiel réservé par l'entreprise à certains clients qui bénéficient d'avantages tel que : l'utilisation des entrepôts de l'entreprise, l'obtention de quantités importantes au détriment d'autres clients, les modalités de paiement et les rabais, est constitutif de pratique abusive. Le conseil de la concurrence a justifié sa décision par les considérants suivants : « considérant que si celle-ci (l'ENIE) est libre de suivre la politique commerciale qui lui semble la plus conforme à ses intérêts, elle ne peut au regard du droit de la concurrence s'en prévaloir pour réduire la concurrence entre ses différents partenaires ou affaiblir la position concurrentielle des uns vis-à-vis des autres. Considérant que les pratiques qui lui sont reprochées sont nettement établies, qu'étant le fait d'une entreprise en position dominante elles constituent en tant que telles des abus de position dominante. »[‡] (Conseil concurrence algérien, 1998, D 99)

* Tel est le cas d'Algérie télécom qui dans sa pratique des débits d'internet refusait à ses abonnés une réduction de débit mais accepte volontiers une augmentation au regard des bénéfices qui en découlent. Le tribunal de Sétif, constatant une situation monopolistique, a ordonné la réduction du débit de 04 méga à 01 méga et condamné Algérie Télécom à 100.000 Da de dommages-intérêts. Sauf que le tribunal empruntant un autre raisonnement a qualifié le contrat d'abonnement liant les deux parties de contrat d'adhésion et ordonné la réduction du débit, en application de l'article 110 du code civil et l'article 1er du décret exécutif 306/06 portant clauses abusives.

[†] Tel est le cas également de l'office d'annonces qui avait disposé dans ses conditions générales de vente que la non-parution des annonces pouvait au plus conduire à une réparation égale au prix de l'annonce publicitaire. Le conseil de la concurrence français avait estimé qu'une telle clause dissuadait les annonceurs de faire valoir leurs droits en cas d'inexécution des prestations demandées et de ce fait, procurait un avantage injustifié à la société en limitant artificiellement les coûts associés au contrôle de la qualité de ses prestations.

[‡] La Jurisprudence comparative est également en ce sens. La société bandai accordait des ristournes de fin d'année selon des critères variables qui avantageaient certaines catégories de revendeurs au détriment d'autres. Conseil concurrence français 07 Décembre 1993, n° 93-D-56, Société Bandai, précité. Le même reproche avait été fait à la société MEP, Conseil concurrence français 06 Octobre 1998, n° 98-D-61, Secteur des traitements des ordures ménagères. La société office d'annonces (ODA), régisseur exclusif de la publicité dans les annuaires téléphoniques, avait également mis en œuvre des conditions de vente considérées comme injustifiées et

En revanche, le fait pour une entreprise en position dominante de modifier ses prix ou ses conditions de vente, ou de pratiquer des prix différenciés justifiés par les différences de coûts de revient, ne peut être qualifié d'abusif. Il est à noter que le principe de la liberté de prix est expressément consacré par l'article 4 de la loi de 2003. Ainsi le seul fait de vendre moins cher que les autres commerçants n'est pas abusif mais une pratique tout à fait saine, sous réserve de respecter la prohibition de vendre à perte. (Voir loi sur les pratiques commerciales).

2.2. Les pratiques concernant les relations commerciales avec des partenaires économiques.

Les litiges commerciaux survenus entre des partenaires économiques donnent souvent lieu à des plaintes pour abus de position dominante. L'article 7 de l'ordonnance de 1995 repris par l'article 11 de l'ordonnance de 2003 désigne comme abusifs, outre le refus de vente, les conditions de vente concomitante ou discriminatoire, les ventes conditionnées par l'acquisition d'une quantité minimale, ainsi que la rupture de relations commerciales injustifiées. Si, à notre connaissance, le conseil de la concurrence n'a pas eu, à ce jour, à se prononcer sur certaines des pratiques mentionnées comme la rupture de relations commerciales injustifiée, le refus de communication ou communication tardive des informations sur le produit, les clauses d'exclusivité ou détournement de clientèle. Ces pratiques seront analysées selon la jurisprudence comparative, en revanche, d'autres pratiques ont été qualifiées d'abusives en ce qu'elles tendent à restreindre la liberté commerciale des partenaires économiques ou à entraver l'activité de concurrents. Tel le refus de vente ou vente concomitante, les conditions de ventes ou le traitement préférentiel des uns au détriment des autres. On se bornera aux pratiques ci-après.

2.2.1. Le refus de vente.

a) Le refus de vente est soit express soit tacite. Dans l'affaire ENIE, le conseil de la concurrence a déduit du prétexte de la société arguant de non disponibilité des produits à un refus de vente déguisé. « Considérant qu'il appert des documents versés au dossier que le nommé 'CH' qui a commandé en date du 06 janvier et du 17 février 1996, cinquante (50) téléviseurs et sept cents (700) antennes a été avisé que les produits commandés ne sont pas disponibles alors que les commandes du nommé 'MB' en date du 7 janvier et 17 février 1996 ont été entièrement satisfaites. Que dans ces conditions

consistant à supprimer toute rémunération aux intermédiaires que sont les agences de publicité lorsque la baisse de leur chiffre d'affaires annuel avec l'ODA atteignait 30 %. Conseil concurrence français 22 Mars 1994, n° 94-D-21.

Dans une autre affaire, la société APPLIQUAM reprochait à la société Innovation qui gère les brevets de la carte à mémoire, de pratiquer des prix discriminatoires en augmentant constamment le coût de la licence d'exploitation de ces brevets au détriment des derniers licenciés et en obligeant le licencié à verser un montant initial inversement proportionnel au taux de la redevance, au détriment des petites entreprises. Le conseil de la concurrence n'avait pas retenu la plainte au motif que le renchérissement du coût de la licence d'exploitation à l'approche de sa date d'expiration traduisait le souci légitime de privilégier les entreprises qui avaient dès le départ assumé le risque de développer la carte à mémoire dans de nouveaux domaines d'application. Par ailleurs, les conditions financières proposées pour l'obtention de la licence d'exploitation n'étaient pas de nature à discriminer les petites entreprises dès lors que ces dernières pouvaient choisir la formule qui leur convenait le mieux. Conseil concurrence français 08 Décembre 1992, n° 92-D-67, Société APPLICAM.

l'argument tiré du manque de disponibilité des produits est inopérant ; qu'il dissimule en réalité un refus de vente déguisé » (Conseil concurrence français, 1992, 22)

b) La vente concomitante a fait partie de l'ordre du jour du conseil de la concurrence. Dans l'affaire de la SNTA, cette dernière s'est prévaluée des difficultés rencontrées dans la commercialisation de certains produits (allumettes). Elle le justifie par souci d'améliorer sa situation financière et la préservation des postes d'emploi. Le conseil de la concurrence réfute ces arguments en estimant que « même en supposant que les difficultés supposées sont de nature à influencer négativement le fonctionnement de la société, elles ne justifient pas cette pratique au regard du droit de la concurrence d'autant qu'elle dispose d'une position dominante rendant impossible de trouver des substituts à ses produits.*

Considérant de ce fait que la pratique exercée par la société constitue en soi un abus d'exploitation de position dominante ou monopolistique. »

2.2.2. Le refus de communication ou la communication tardive des informations sur le produit et ses conditions de vente.

Cette pratique est prohibée au même titre en ce qu'elle empêche le partenaire potentiel de contracter dans des conditions normales. Des exemples tirés de la jurisprudence comparative permettent de dégager le caractère abusif de cette pratique. Ainsi, la société office d'annonces avait été très sévèrement sanctionnée pour s'être systématiquement opposée à communiquer ses tarifs à une agence de publicité (Conseil concurrence français, 1994, D 21). Il avait aussi été reproché à la société Péchiney Electrometallurgie d'avoir répondu aux demandes d'un partenaire économique avec des délais anormalement longs, et fourni des informations incomplètes ou erronées ainsi que des réponses dilatoires sur le produit, sa qualité et son prix (Conseil concurrence français, 1992, D 26).

2.2.3. La rupture de relations commerciales avec un partenaire économique, sans motifs valables.

Il est clairement stipulé à l'article 11 de l'ordonnance 2003 que la rupture d'une relation commerciale au seul motif que le partenaire refuse de se soumettre à des conditions commerciales injustifiées est prohibée. Il va sans dire que cette prohibition ne vaut que lorsque « elle est susceptible d'affecter le libre jeu de la concurrence, l'exploitation abusive, par une entreprise, de l'état de dépendance dans lequel se trouve à son égard une entreprise, client ou fournisseur ». La jurisprudence comparative a retenu le grief d'abus de position dominante à l'encontre des entreprises spécialisées dans la vente de matériel dentaire qui avaient interrompu leurs relations commerciales avec une société de distribution logistique dentaire et médicale au seul motif que cette dernière pratiquait la vente par correspondance. (GALENE, 2002, p 262)

* La menace de refus de vente, même non suivie d'effet, est également répréhensible. Tel était le cas de la société Bandai qui avait notamment menacé de « bloquer les comptes » des distributeurs qui ne respecteraient pas les prix de vente imposés par le fournisseur, et par ailleurs, avait demandé à ses représentants de menacer de refus de vente les distributeurs qui acceptaient de vendre des produits par les voies parallèles. Conseil concurrence 07 Décembre 1993, n° 93-D-56, Société Bandai.

Il y a lieu de rappeler cependant que la rupture de relations commerciales constitutive d'abus au sens de l'article 11 de l'ordonnance de 2003 ne doit pas être invoquée à tort et à travers. On doit apporter la preuve de la position dominante de l'entreprise auteur de la rupture de relations commerciales, et établir que la rupture dénoncée ne résulte pas de l'expiration d'un contrat ou due à des raisons légitimes et ne revêt donc pas un caractère abusif ou anticoncurrentiel. En revanche, il est aisé de concevoir la rupture des relations commerciales en cas d'inexécution par l'autre partie de ses obligations ou dans le cas de force majeure. Cette rupture de relations commerciales, nous semble-t-il, relève de la compétence du juge civil ou commercial, selon le cas mais pas de la compétence du conseil de la concurrence.

2.2.4. Les clauses d'exclusivité

Elles peuvent, dans certaines circonstances, être considérées comme abusives. L'existence d'une clause d'exclusivité renforce l'intégration, en permettant une distribution plus sûre et plus efficace. Mais elle peut aussi porter atteinte à la concurrence.* (GUYON, 2002, p 791). Il est à craindre qu'en cloisonnant le marché, et en mettant chaque distributeur à l'abri de la concurrence dans son secteur, ces accords de distribution permettent un maintien artificiel de prix élevés au détriment du consommateur. On craint également que ces réseaux constituent ou favorisent des ententes ou des abus de position dominante, voire des pratiques discriminatoires, toutes choses prohibées par le droit de la concurrence (BENABENT, 2002, p 185).

3. Les pratiques anticoncurrentielles :

Selon les stipulations de l'article 7 de l'ordonnance de 2003, « Est prohibée tout abus d'une position dominante ou monopolistique sur un marché ou un segment de marché ... » Au même titre que les pratiques et actions concertées, conventions et ententes expresses ou tacites visée à son article 6, c'est-à-dire « lorsqu'elles ont pour objet ou peuvent avoir pour effet d'empêcher, de restreindre ou de fausser le jeu de la libre concurrence dans un même marché ou, dans une partie substantielle de celui-ci... ». Il ressort de la jurisprudence du conseil de la concurrence dans les affaires examinées, que la nature anticoncurrentielle des pratiques relevées à l'encontre d'une entreprise en position dominante est présumée dès lors que leur caractère abusif a été démontré. Toutefois, dans l'affaire SNTA, l'infraction de rétention de stocks de produits détenus dans les locaux commerciaux en application de l'article 6 de l'ancienne loi sur la concurrence, n'avait pas été retenue car les pratiques relevées bien que susceptibles d'être considérées comme abusives, ne revêtaient pas de caractère anticoncurrentiel. « Considérant qu'il est reproché à la partie mise en cause la rétention de stocks au moment où le marché connaît une baisse considérable de produits tabagiques. Mais considérant que la rétention constatée par les services des enquêtes économiques n'était pas destinée à approvisionner la wilaya de Tissemsilt uniquement mais à toute la région de Tiaret d'où l'exclusion de cette pratique. »

* En ce sens également : Jean Bernard BLAISE : Droit des affaires LGDJ ; p 523 et suivants « dans le contrat d'exclusivité de vente, le fournisseur s'engage à ne livrer certains produits qu'à un seul revendeur appelé concessionnaire de vente, dans un territoire déterminé ».

D'autres exemples peuvent être trouvés dans la jurisprudence comparative.* Des sociétés de presse avaient refusé les ordres d'insertions en provenance d'une agence de publicité, filiale de leur principal concurrent. La cour d'appel de Paris avait considéré que ces refus constituaient de la part d'un groupe de presse en position dominante sur son marché une pratique abusive mais dont le caractère anticoncurrentiel n'était pas établi puisque, d'une part les ordres d'insertions adressés à ce groupe de presse ne représentaient que 2 % du chiffre d'affaires du plaignant et que, d'autre part, il existait sur le marché de nombreuses autres agences de publicité susceptibles de satisfaire la demande (GALENE, 2002, p 192). On peut conclure que la situation monopolistique et anticoncurrentielle est seul de nature à justifier l'infraction. Le conseil de la concurrence a conclu à la situation anticoncurrentielle en se basant sur le volume d'occupation du marché. Dans l'affaire ENIE, le conseil concluait ce qui suit : « Il résulte d'un ensemble de données que durant la période de surveillance des faits objet de la saisine (1996) l'entreprise mise en cause était le principal fournisseur sur le marché des produits électroniques, antennes etc. en particulier dans la région Ouest du pays. »

Il ressort donc de la jurisprudence comparative et celle du conseil de la concurrence que le caractère anticoncurrentiel des pratiques dénoncées doit être apprécié eu égard à la structure du marché concerné et aux conséquences qu'il subit et leur fait.

* La jurisprudence comparative nous donne aussi certains exemples sur l'atteinte à la concurrence. La cour d'appel de Paris avait par exemple jugé que la société France-Loisirs avait abusé de sa position dominante sur le marché de la vente de livres par clubs pour avoir inclus dans ses contrats de cession de droits avec les éditeurs une clause d'exclusivité leur imposant de ne pas céder à un tiers ou à ne pas exploiter personnellement ces droits. Les clauses des contrats de cession accordant un droit exclusif de reproduction ou de diffusion d'un ouvrage qui sont de pratique courante, ne peuvent être considérées comme abusives du seul fait qu'elles sont souscrites au profit d'une entreprise en position dominante, dès lors qu'elles sont limitées dans leur durée et leur portée. Mais en l'espèce, la société France-Loisirs avait dépassé ces limites en cherchant à éliminer toute forme de concurrence puisque cette clause avait été en mise en œuvre pour lutter contre un mode de commercialisation concurrent lancé par la société Hachette. Cour de Paris 11/03/1993, Société France loisirs, cité par Renée GALENE, op. cit, p 191 et suivants.

Références :

- (1) CJCE 14 Février 1978, United Brands, Rec, p 207 ; BOULOUIS et CHEVALIER, Grands arrêts, Tome 2, n° 22.
- (2) CJCE 13 Février 1979, Hoffmann, La Roche, Rec, p 461.
- (3) Y. Guyon : Droit des affaires, tome 1, Droit commercial général et société, 4eme édition, Economica, p 810 et suivant.
- (4) Y. Guyon : Op. cit, p 829 et suivants.
- (5) CJCE 14 Février 1978, société United Brands, précité, p 426 et suivants.
- (6) CJCE 08 Juin 1971, société Deutsche GRAMMOPHON, p 29 et suivants.
- (7) Conseil concurrence français 26 Juin 1990, n° 90-D-22, Secteur des carburants aviation, précité.
- (8) Conseil de la concurrence algérien, décision 98 du 13/12/1998 relative à la SNTA. La traduction est de l'auteur.
- (9) Conseil national de la concurrence 99-D-1 du 23/06/1998. Affaire ENIE.
- (10) Conseil national de la concurrence. Affaire ENIE, précitée.
- (11) Conseil concurrence français 22 Mars 1994, n° 94-D-21, Société ODA précitée.
- (12) Conseil concurrence français 31 Mars 1992, n° 92-D-26, Secteur du calcium métal précité.
- (13) Conseil de la concurrence français 15/12/1992, n° 92-D-68, société Distribution logistique dentaire, citée par Renée GALENE Droit de la concurrence & pratiques anticoncurrentielles. EFE. 2002.
- (14) Y. GUYON : Op. cit, p 791 et suivants.
- (15) Alain BENABENT : Droit civil, Les contrats spéciaux civils et commerciaux, 6^e édition, Montchrestien, p 185.
- (16) Cour d'appel de Paris 03/05/1993, Société SORCHEPR, cité par R. GALENE, Op. Cit, p 192.