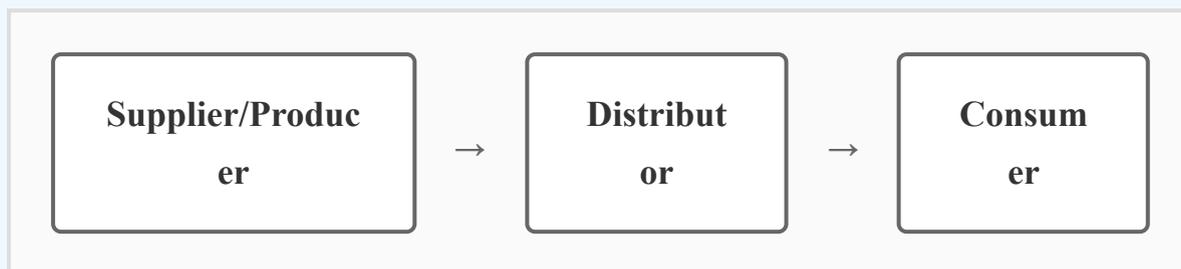


Vertical Agreements and Their Relationship with Competition Law

الاتفاق العمودي وعلاقته بقانون المنافسة

أستاذة زروق إيمان فاطمة الزهراء

1. Structure of Vertical Agreements



Definition: Vertical agreements are contracts between undertakings operating at different levels of the production or distribution chain, establishing a relationship of economic dependency rather than competition.

1. هيكل الاتفاقات العمودية



التعريف: الاتفاقات العمودية هي عقود تبرم بين مؤسسات غير متواجدة في نفس المستوى الاقتصادي، تنشئ علاقة تبعية اقتصادية وليس منافسة.

2. Types of Vertical Agreements

Exclusive Distribution

Single distributor in specific territory

Selective Distribution

Limited distributors based on criteria

Franchise

Licensed business model with support

2. أنواع الاتفاقات العمودية

الإعفاء التجاري

نموذج أعمال مرخص مع الدعم

التوزيع الانتقائي

موزعون محدودون وفق معايير

التوزيع الحصري

موزع وحيد في منطقة محددة

3. Key Concepts and Definitions

Concept	Definition	Legal Significance
Vertical Agreement	Contract between non-competing undertakings at different economic levels	Subject to competition law when restricting competition
Economic Dependency	Commercial relationship where one party lacks comparable alternatives	Creates risk of abuse and unfair trading conditions
Buying Power	Strong negotiation position vis-à-vis suppliers	Can lead to market distortions and supplier exploitation
Exclusive Dealing	Agreement limiting distributor to single supplier	May foreclose market access for competitors

3. المفاهيم والتعريفات الأساسية

المفهوم	التعريف	الأهمية القانونية
الاتفاق العمودي	عقد بين مؤسسات غير متنافسة في مستويات اقتصادية مختلفة	يخضع لقانون المنافسة عند تقييد المنافسة
التبعية الاقتصادية	علاقة تجارية حيث يفتقر أحد الأطراف لبدائل مماثلة	ينشئ خطر التعسف والشروط التجارية غير العادلة
قوة الشراء	موقف تفاوضي قوي تجاه الموردين	قد يؤدي إلى تشويه السوق واستغلال الموردين
التعامل الحصري	اتفاق يحد الموزع لمورد واحد	قد يمنع وصول المنافسين للسوق

4. Parties to Vertical Agreements

Party	Role	Rights	Obligations
Supplier	Provides goods/services to distributor	Choose distributors, set territorial limits	Maintain quality standards, provide support
Distributor	Markets supplier's products to consumers	Exclusive territory, marketing support	Meet sales targets, protect brand reputation
Consumer	End user of products/services	Choice, fair prices, quality products	N/A (not party to contract)

4. أطراف الاتفاقات العمودية

الطرف	الدور	الحقوق	الالتزامات
الممون	يوفر السلع/الخدمات للموزع	اختيار الموزعين، تحديد الحدود الإقليمية	الحفاظ على معايير الجودة، تقديم الدعم
الموزع	يسوق منتجات الممون للمستهلكين	إقليم حصري، دعم تسويقي	تحقيق أهداف المبيعات، حماية سمعة العلامة
المستهلك	المستخدم النهائي للمنتجات/الخدمات	الخيار، أسعار عادلة، منتجات جودة	غير منطبق (ليس طرفاً في العقد)

5. Prohibited Practices Under Competition Law

Practice	Description	Legal Basis	Penalty
Price Fixing	Artificially maintaining or controlling prices	Article 6 - Competition Law	Fines up to 12% of turnover
Market Division	Dividing markets or supply sources	Article 6 - Competition Law	Fines up to 12% of turnover

Practice	Description	Legal Basis	Penalty
Tying Arrangements	Conditioning contracts on additional unrelated services	Article 6 - Competition Law	Fines up to 12% of turnover
Refusal to Deal	Unjustified refusal to sell without legitimate reason	Article 11 - Abuse of Dominance	Administrative and criminal sanctions

5. الممارسات المحظورة تحت قانون المنافسة

الممارسة	الوصف	الأساس القانوني	العقوبة
تحديد الأسعار	الحفاظ أو السيطرة على الأسعار بشكل مصطنع	المادة 6 - قانون المنافسة	غرامات تصل إلى 12% من رقم الأعمال
تقسيم الأسواق	تقسيم الأسواق أو مصادر التموين	المادة 6 - قانون المنافسة	غرامات تصل إلى 12% من رقم الأعمال
البيع المتلازم	إخضاع العقود لخدمات إضافية غير متصلة	المادة 6 - قانون المنافسة	غرامات تصل إلى 12% من رقم الأعمال
رفض البيع	رفض البيع غير المبرر دون سبب شرعي	المادة 11 - تعسف في الهيمنة	عقوبات إدارية وجنائية

6. Economic Dependency Assessment Criteria

For Distributor Dependency	For Supplier Dependency	Assessment Factors
Brand reputation	Distributor's business share with supplier	Market concentration levels

For Distributor Dependency	For Supplier Dependency	Assessment Factors
Supplier's market share	Distributor's role in marketing	Alternative options availability
Supplier's share in distributor's turnover	Concentration of supplier's activity	Switching costs and barriers
Absence of alternative solutions	Absence of alternative solutions	Duration of relationship

6. معايير تقييم التبعية الاقتصادية

عوامل التقييم	لتبعية الممون	لتبعية الموزع
مستويات تركيز السوق	حصة أعمال الموزع مع الممون	سمعة العلامة التجارية
توفر الخيارات البديلة	دور الموزع في التسويق	حصة الممون في السوق
تكاليف وحواجز التحويل	تركز نشاط الممون	حصة الممون في رقم أعمال الموزع
مدة العلاقة	غياب الحلول البديلة	غياب الحلول البديلة

7. Comparative Legal Framework

Jurisdiction	Key Legislation	Enforcement Authority	Maximum Penalties
Algeria	Order 03-03 on Competition (amended)	Competition Council	12% of annual turnover
European Union	Article 101 TFEU	European Commission	10% of annual turnover
France	Commercial Code L.420-1	Competition Authority	10% of annual turnover

Jurisdiction	Key Legislation	Enforcement Authority	Maximum Penalties
United States	Sherman Act, Clayton Act	DOJ, FTC	Criminal and civil penalties

7. مقارنة الإطار القانوني

العقوبات القصوى	سلطة الإنفاذ	التشريع الرئيسي	الاختصاص القضائي
12% من رقم الأعمال السنوي	مجلس المنافسة	الأمر 03-03 المتعلق بالمنافسة (معدل)	الجزائر
10% من رقم الأعمال السنوي	المفوضية الأوروبية	المادة 101 من معاهدة الاتحاد الأوروبي	الاتحاد الأوروبي
10% من رقم الأعمال السنوي	سلطة المنافسة	القانون التجاري L.420-1	فرنسا
عقوبات جنائية ومدنية	وزارة العدل، لجنة التجارة الفيدرالية	قانون شيرمان، قانون كلايتون	الولايات المتحدة

8. Key Legal Provisions



Article 6 - Algerian Competition Law (Order 03-03)

Prohibited practices and agreements include those that aim to or can:

- Limit market entry or hinder commercial activities
- Reduce or control production, distribution outlets, investments, or technical development
- Divide markets or supply sources

- Obstruct price determination according to market rules through artificial price increases or decreases
- Apply unequal conditions for the same services towards trading partners, thereby depriving them of competitive benefits
- Make contracts conditional on acceptance of additional services unrelated to the subject of these contracts



Article 10 - Exclusive Dealing Prohibition

Prohibited: Any act or contract, regardless of its nature and purpose, that allows an enterprise to monopolize the exercise of an activity falling within the scope of competition law, when it obstructs, limits, or violates freedom of competition.



Article 11 - Abuse of Economic Dependency

Prohibited abusive practices include:

- Unjustified refusal to sell
- Tied or discriminatory selling
- Sales conditional on minimum quantity purchase
- Imposing minimum resale prices
- Terminating commercial relations merely for refusing unjustified trading conditions
- Any other act that reduces or eliminates competitive benefits within a market



Article 3 - Market Definition

Relevant Market: Any market for goods or services concerned by competition-restrictive practices, including those considered by consumers as similar or substitutable, particularly due to their characteristics, prices,

intended use, and the geographical area in which enterprises offer the concerned goods or services.

8. أهم النصوص القانونية

المادة 6 - قانون المنافسة الجزائري (الأمر 03-03)

تحظر الممارسات والأعمال المدبرة والاتفاقيات عندما تهدف أو يمكن أن تهدف إلى:

- الحد من الدخول في السوق أو في ممارسة النشاطات التجارية فيها
- تقليص أو مراقبة الإنتاج أو منافذ التسويق أو الاستثمارات أو التطور التقني
- اقتسام الأسواق أو مصادر التمويل
- عرقلة تحديد الأسعار حسب قواعد السوق بالتشجيع المصطنع لارتفاع الأسعار أو لانخفاضها
- تطبيق شروط غير متكافئة لنفس الخدمات تجاه الشركاء التجاريين مما يحرمهم من منافع المنافسة
- إخضاع إبرام العقود مع الشركاء لقبولهم خدمات إضافية ليس لها صلة بموضوع هذه العقود

المادة 10 - حظر الاستئثار

يحظر: كل عمل أو عقد مهما كانت طبيعته وموضوعه يسمح لمؤسسة بالاستئثار في ممارسة نشاط يدخل في مجال تطبيق قانون المنافسة، متى أدى إلى عرقلة حرية المنافسة أو الحد منها أو الإخلال بها.

المادة 11 - التعسف في وضعية التبعية الاقتصادية

يتمثل التعسف على الخصوص في:

- رفض البيع بدون مبرر شرعي
- البيع المتلازم أو التمييزي
- البيع المشروط باقتناء كمية دنيا
- الإلزام بإعادة البيع بسعر أدنى

- قطع العلاقات التجارية لمجرد رفض المتعامل الخضوع لشروط تجارية غير مبررة
- كل عمل آخر من شأنه أن يقلل أو يلغي منافع المنافسة داخل سوق

المادة 3 - تعريف السوق المرجعية

السوق المرجعية: كل سوق للسلع أو الخدمات المعنية بممارسات مقيدة للمنافسة وكذا تلك التي يعتبرها المستهلك مماثلة أو تعويضية لا سيما بسبب مميزاتها وأسعارها والاستعمال الذي خصصت له والمنطقة الجغرافية التي تعرض المؤسسات فيها السلع أو الخدمات المعنية.

9. Essential Legal Principles & Key Paragraphs

Principle 1: Nature of Vertical Agreements

Key Concept: Vertical agreements are contracts between undertakings operating at different levels of production or distribution. Unlike horizontal agreements between competitors, vertical agreements establish relationships of economic dependency rather than competition.

Legal Significance: This distinction is crucial because the parties are not in direct competition, yet their agreements can still restrict market competition and harm consumer welfare.

Principle 2: Economic Dependency vs. Legal Subordination

Key Concept: Distribution contracts create economic dependency, not legal subordination. The distributor purchases for resale on their own account and remains an independent trader, which distinguishes them from intermediaries.

Legal Significance: Economic dependency creates vulnerability to abuse.

Article 3 of Competition Law defines it as "a commercial relationship where an enterprise lacks comparable alternatives if it wishes to refuse contracting under conditions imposed by another enterprise, whether customer or supplier."

Principle 3: Applicability of Competition Law

Key Concept: Article 2 of Algerian Competition Law applies to production activities (including agriculture), distribution activities (including importers, agents, wholesalers), services, traditional crafts, and fishing—regardless of whether performed by private persons, public entities, associations, or professional organizations.

Legal Significance: The broad scope ensures that vertical agreements in all sectors are subject to competition scrutiny when they obstruct, limit, or violate freedom of competition.

Principle 4: Prohibition is Conditional

Key Concept: Not all vertical agreements are prohibited—only those that are anti-competitive. The prohibited conduct is not every agreement between economic operators, but only those that obstruct, limit, or violate competition.

Legal Significance: Courts and competition authorities must prove that the agreement has actual or potential anti-competitive effects before imposing sanctions.

Principle 5: Reversal of Market Power

Key Concept: Historically, suppliers held dominant positions over distributors. However, the emergence of large-scale distribution and buying

groups has reversed this dynamic. Distributors now often possess superior bargaining power, creating "buying power" that can be abused.

Legal Significance: This evolution led to new legal protections, particularly Article 11's prohibition of abusing economic dependency, which protects both suppliers and distributors from exploitation.

Principle 6: Consumer as Essential Element

Key Concept: The consumer is the essential element in distribution contracts, despite not being a party to them. The ultimate goal of both supplier and distributor is to attract the consumer, which is the common objective binding the contracting parties.

Legal Significance: Competition law's primary purpose is consumer protection. Agreements that limit consumer choice, increase prices, or reduce quality are prohibited even if they benefit the contracting parties.

9. المبادئ القانونية الأساسية وأهم الفقرات

المبدأ 1: طبيعة الاتفاقات العمودية

المفهوم الأساسي: الاتفاقات العمودية هي عقود تبرم بين مؤسسات تعمل في مستويات مختلفة من الإنتاج أو التوزيع. على عكس الاتفاقات الأفقية بين المتنافسين، تنشئ الاتفاقات العمودية علاقات تبعية اقتصادية وليس منافسة.

الأهمية القانونية: هذا التمييز حاسم لأن الأطراف ليست في منافسة مباشرة، ومع ذلك يمكن لاتفاقاتهم أن تقيد منافسة السوق وتضر برفاهية المستهلك.

المبدأ 2: التبعية الاقتصادية مقابل التبعية القانونية

المفهوم الأساسي: عقود التوزيع تخلق تبعية اقتصادية وليس تبعية قانونية. الموزع يشتري لإعادة البيع لحسابه الخاص ويبقى تاجراً مستقلاً، وهذا ما يميزه عن الوسطاء.

الأهمية القانونية: التبعية الاقتصادية تخلق قابلية للتعسف. المادة 3 من قانون المنافسة تعرفها على أنها "العلاقة التجارية التي لا يكون فيها لمؤسسة ما حل بديل مقارن إذا أرادت رفض التعاقد بالشروط التي تفرضها عليها مؤسسة أخرى سواء كانت زبوناً أو مموناً."

المبدأ 3: تطبيق قانون المنافسة

المفهوم الأساسي: المادة 2 من قانون المنافسة الجزائري تطبق على نشاطات الإنتاج (بما فيها الفلاحة)، نشاطات التوزيع (بما فيها المستوردون، الوكلاء، تجار الجملة)، الخدمات، الصناعة التقليدية، والصيد البحري—بغض النظر عما إذا كانت تؤديها أشخاص خاصة، كيانات عامة، جمعيات، أو منظمات مهنية.

الأهمية القانونية: النطاق الواسع يضمن أن الاتفاقات العمودية في جميع القطاعات تخضع للرقابة التنافسية عندما تعرقل أو تحد أو تخل بحرية المنافسة.

المبدأ 4: الحظر مشروط

المفهوم الأساسي: ليست كل الاتفاقات العمودية محظورة—فقط تلك المنافية للمنافسة. التصرف المحظور ليس كل اتفاق بين المتعاملين الاقتصاديين، بل فقط تلك التي تعرقل أو تحد أو تخل بالمنافسة.

الأهمية القانونية: يجب على المحاكم وسلطات المنافسة إثبات أن الاتفاق له آثار فعلية أو محتملة مناهضة للمنافسة قبل فرض العقوبات.

المبدأ 5: انعكاس القوة السوقية

المفهوم الأساسي: تاريخياً، كان الموردون يحتلون مواقع مهيمنة على الموزعين. ومع ذلك، أدى ظهور التوزيع واسع النطاق ومجموعات الشراء إلى انعكاس هذه الديناميكية. يمتلك الموزعون الآن في كثير من الأحيان قوة تفاوضية أكبر، مما يخلق "قوة شراء" يمكن التعسف فيها.

الأهمية القانونية: أدى هذا التطور إلى حماية قانونية جديدة، خاصة حظر المادة 11 للتعسف في وضعية التبعية الاقتصادية، والتي تحمي كلاً من الموردين والموزعين من الاستغلال.

المبدأ 6: المستهلك كعنصر أساسي

المفهوم الأساسي: المستهلك هو العنصر الأساسي في عقود التوزيع، رغم أنه ليس طرفاً فيها. الهدف النهائي لكل من المورد والموزع هو جذب المستهلك، وهو الهدف المشترك الذي يربط الأطراف المتعاقدة.

الأهمية القانونية: الهدف الأساسي لقانون المنافسة هو حماية المستهلك. الاتفاقات التي تحد من خيارات المستهلك أو ترفع الأسعار أو تقلل الجودة محظورة حتى لو كانت تفيد الأطراف المتعاقدة.

10. Key Jurisprudence & Practical Applications



The "Bayer" Case (CJCE 2004)

Facts: Bayer refused to supply wholesalers in France and Spain.

Ruling: The European Court held that Bayer's refusal did not constitute an agreement between economic operators because the refusal was not a "clear invitation" to wholesalers to implement anti-competitive practices.

Principle: Unilateral conduct by a supplier does not constitute an "agreement" under competition law, even if it has restrictive effects.



Algerian Regulatory Framework: Decree 07-390 (2007)

Subject: Conditions for marketing new vehicles in Algeria.

Requirement: Article 6 mandates that franchise agreements between agents and principals must comply with Article 10 of Competition Law and the decree's provisions.

Significance: Demonstrates specific sectoral application of competition law to distribution networks, requiring authorization and compliance monitoring.



French Law: Article L.422-6-1 (2008 Amendment)

Evolution: Originally prohibited "abuse of buying or selling power" (2001). Amended in 2008 to prohibit "imposing obligations creating significant imbalance in parties' rights and obligations."

Significance: Broadens protection beyond economic dependency to general contractual fairness in commercial relationships.

10. أهم الاجتهادات القضائية والتطبيقات العملية

قضية "باير" (محكمة العدل الأوروبية) (2004)

الوقائع: رفضت شركة Bayer تزويد تجار الجملة في فرنسا وإسبانيا.

الحكم: اعتبرت محكمة العدل الأوروبية أن رفض Bayer لا يمكن اعتباره اتفاقاً بين متعاملين اقتصاديين لأن الرفض لا يعتبر "دعوة واضحة" لتجار الجملة لتنفيذ ممارسات منافسة للمنافسة.

المبدأ: السلوك الأحادي من قبل المورد لا يشكل "اتفاقاً" بموجب قانون المنافسة، حتى لو كان له آثار تقييدية.

الإطار التنظيمي الجزائري: المرسوم 07- 390 (2007)

الموضوع: شروط تسويق السيارات الجديدة في الجزائر.

المتطلب: المادة 6 تفرض أن عقود الامتياز بين الوكلاء والموكليين يجب أن تتوافق مع المادة 10 من قانون المنافسة وأحكام المرسوم.

الأهمية: توضح التطبيق القطاعي المحدد لقانون المنافسة على شبكات التوزيع، مع اشتراط الترخيص ومراقبة الامتثال.

القانون الفرنسي: المادة L.422-6-1 (تعديل 2008)



التطور: حظرت في الأصل "التعسف في قوة الشراء أو البيع" (2001). عدلت في 2008 لحظر "فرض التزامات تخلق عدم توازن كبير في حقوق والتزامات الأطراف."

الأهمية: توسع الحماية لتتجاوز التبعية الاقتصادية لتشمل العدالة التعاقدية العامة في العلاقات التجارية.