



الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية مجلس المنافسة



Market Studies at Algerian Competition Council

An Overview From idea to Implementation

Prepared and Presented by
Djallal BENKHELIFA
Rapporteur - Competition Council

دراسات الأسواق على مستوى مجلس المنافسة الجزائري

نظرة شاملة من الفكرة إلى الإنجاز

اعداد وتقديم:

بن خليفة جلال
مقرر لدى مجلس المنافسة

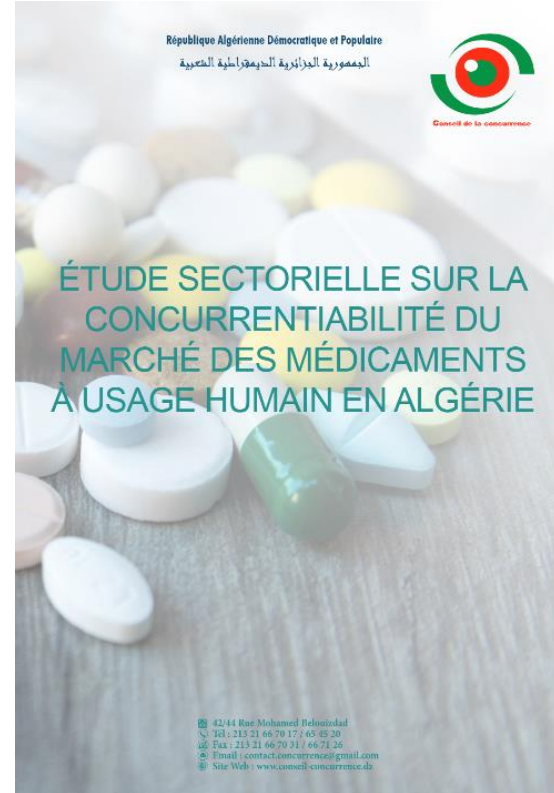
2023

مستخلصة من تجربة مجلس المنافسة في دراسات الأسواق التالية:

Extracted from the Competition Council experience in the following market studies:

A sectorial study on the competitiveness of the human-use pharmaceutical market in Algeria (2016-2019),

Published study - 2019



دراسة قطاعية على تنافسية سوق الأدوية ذات الاستعمال البشري في الجزائر (2016-2019).

دراسة منشورة - 2019

A sectorial study concerning the maritime transport market competitiveness of containerized goods (2020-2022).

Under Publication



دراسة قطاعية حول تنافسية سوق النقل البحري للبضائع بالحاويات (2020-2022).

في طور النشر

1. The legislative and functional framework for the markets study at Algerian Competition Council.
2. The importance and benefits of studying the market
3. Selecting target markets
4. The approach or techniques used in the market study.
5. Challenges and obstacles facing the Algerian competition council during the markets study.
6. The actual effects of the study on market.

1. الإطار التشريعي والوظيفي لدراسة الأسواق على مستوى مجلس المنافسة الجزائري.
2. أهمية وفوائد دراسة السوق لمجلس المنافسة الجزائري.
3. اختيار الأسواق المستهدفة بدراسة السوق.
4. المنهج والتقنيات المتبعة في دراسة السوق.
5. التحديات والعقبات التي تواجه مجلس المنافسة الجزائري خلال دراسة الأسواق.
6. الآثار الفعلية للدراسة على السوق.

1. The legislative and functional framework for the market study at Algerian Competition Council.

Legal Framework:

« **Article 37:** The Competition Council may carry out all useful works that falls within its competence, especially any investigation, study or experience. »

Specialties:

- Production activities,
- Distribution activities (including importers of goods for sale in the same condition and wholesalers),
- Service activities,
- Traditional industries,
- Fishing,
- Public procurement,

1. الإطار التشريعي والوظيفي لدراسة الأسواق على مستوى مجلس المنافسة الجزائري.

الإطار التشريعي:

« المادة 37: يمكن لمجلس المنافسة القيام بكل الأعمال المفيدة التي تدرج ضمن اختصاصه، لاسيما كل تحقيق أو دراسة أو خبرة. » الأمر 03-03 المتعلق بالمنافسة.

الاختصاصات:

- ❖ نشاطات الإنتاج،
- ❖ نشاطات التوزيع (بما فيهم المستوردون للسلع لبيعها على حالتها وبائعو الجملة)،
- ❖ نشاطات الخدمات،
- ❖ الصناعات التقليدية،
- ❖ الصيد البحري،
- ❖ الصفقات العمومية.

Functional Framework:

At the level of the Competition Council:



Directorate of Market Studies and Economic Investigations:

Established on 2015

Has been given the following functions:

- Studies and researches relating to the Council's area of competence.
- Market analysis in the area of competition.

الإطار الوظيفي:

على مستوى مجلس المنافسة:

مديرية دراسات الأسواق والتحقيقات الاقتصادية:



وقد أنشأت سنة 2015.

وأعطيت لها المهام التالية:

- إنجاز الدراسات والأبحاث المتعلقة بمجال اختصاص المجلس.
- القيام بتحليل الأسواق في مجال المنافسة.



Working Group:

They are the persons who can be involved in the market study and occupy senior positions in Competition Council :

- General RAPPORTEUR (Chief Investigative Officer)
- 5 RAPPORTEUR (investigative body)
- 12 members of the Council (deliberative body)

مجموعة العمل:



وهم الأشخاص الذين يمكن اشراكهم في دراسة السوق ويمثلون في إطارات المجلس التالية:

- المقرر العام (رئيس هيئة التحقيق).
- 5 مقرر (هيئة التحقيق).
- 12 عضو من أعضاء المجلس (هيئة المداولات).

Outside Competition Council



External Economic Departments

The Competition Council may seek the assistance of the departments in charge of economic investigations, according to the requirements of the study.

Article 34: The Competition Council may seek the assistance of any expert or listen to any person who can provide information.

The competition council can also ask the departments in charge of economic investigations, especially those affiliated to the Ministry in charge of commerce, to conduct every investigation or expertise on matters related to issues that fall within his competence.

خارج مجلس المنافسة

المصالح الاقتصادية الخارجية



يمكن لمجلس المنافسة الاستعانة بالمصالح المكلفة بالتحقيقات الاقتصادية حسب متطلبات الدراسة.

«المادة 34: يمكن أن يستعين مجلس المنافسة بأي خبير أو يستمع إلى أي شخص بإمكانه تقديم معلومات له.

كما يمكنه أن يطلب من المصالح المكلفة بالتحقيقات الاقتصادية، لا سيما تلك التابعة للوزارة المكلفة بالتجارة إجراء كل تحقيق أو خبرة حول المسائل المتعلقة بالقضايا التي تدرج ضمن اختصاصه.»



Experts:

P3a

In addition, the Competition Council may appoint experts, whether national or international, to carry out the markets study.

▶ During the pharmaceutical market study, the Competition Council benefited from the support of the program for implementing the partnership contract with the European Union (P3A) by allocating three international experts to participate in the study.

▶ The Competition Council also used, upon its request, the support of the same program in its sectorial study on the competitiveness of the maritime transport market for goods by containers.

P3a

الخبراء:



إضافة إلى ذلك يمكن لمجلس المنافسة تعيين خبراء سواء وطنيين أو دوليين من أجل إنجاز دراسة الأسواق.

◀ وقد استفاد مجلس المنافسة خلال دراسة سوق الأدوية من دعم برنامج تنفيذ عقد الشراكة مع الإتحاد الأوروبي (P3A) عن طريق تخصيص ثلاث خبراء دوليين للمشاركة في الدراسة.

◀ كما استعان مجلس المنافسة بطلب منه بدعم من نفس البرنامج في دارسته القطاعية حول تنافسية سوق النقل البحري للبضائع بالحوايات.

2. The importance and benefits of studying the market

The Market study is considered as a data bank for the Competition Council, allowing it to:

- ▶ Knowing the status of competition in the market, its structure, and how it works.
- ▶ Diagnosis of competition in the relevant market.
- Self notification.
- ▶ Providing recommendations to public authorities (on legislative and regulatory texts)
- ▶ Urging the active economic dealers to respect voluntarily the rules of the market under study.

أهمية وفوائد دراسة السوق لمجلس المنافسة الجزائري

دراسة السوق تشكل بمثابة بنك معلومات لمجلس المنافسة تسمح له بـ:

- ◀ معرفة وضعية المنافسة في السوق، هيكلتها، كيفية سيرها.
- ◀ تشخيص المنافسة في السوق المعنية.
- ◀ الإخطار الذاتي.
- ◀ تقديم توصيات للسلطات العمومية (حول النصوص التشريعية والتنظيمية)
- ◀ حث المتعاملين الاقتصاديين الفاعلين على الاحترام الطوعي لقواعد السوق محل الدراسة.

Selecting Target Markets

The selection of the Competition Council for a specific market in order to conduct the market study is due to several motives, including:

The importance of the sector in the national economy in terms of the value of the contribution to the national production, the value of imports, the percentage of jobs it provides..., in addition to the strategic nature of the sector that affects other sectors and markets.

The emergence of factors that create obstacles and difficulties facing competitors interfering in the market, the most important of which is the instability of the market in terms of supply, as well as the nature of access to the market that may be subject to complex administrative procedures, setting prices, or a specific percentage of profits.

The emergence of new developments in the sector concerned with the study, such as innovation and the emergence of new restrictions on commercial activities.

The majority of the Competition Council members are convinced of the feasibility of studying the proposed market.

اختيار الأسواق المستهدفة بدراسة السوق .

يرجع اختيار مجلس المنافسة لسوق معينة من أجل القيام بالدراسة السوقية الى عدة دوافع من بينها:

أهمية القطاع في الاقتصاد الوطني من حيث قيمة المساهمة في الإنتاج الوطني، قيمة الواردات، نسبة مناصب الشغل التي يوفرها ...، إضافة الى الطبيعة الإستراتيجية للقطاع التي تؤثر على القطاعات والأسواق الأخرى.

ظهور عوامل تخلق معوقات وصعوبات تواجه المنافسون المتدخلون في السوق أهمها عدم استقرار السوق من حيث العرض، وكذا طبيعة الولوج إلى السوق التي قد تخضع لإجراءات إدارية معقدة، تحديد الأسعار، أو نسبة الأرباح المحددة.

ظهور تطورات جديدة في القطاع المعني بالدراسة كالابتكار وظهور قيود جديدة على الأنشطة التجارية.

اقتناع اغلبية أعضاء مجلس المنافسة بجدوى دراسة السوق المقترحة.

Motivations to select the pharmaceutical market by Competition Council.

- ▶ **The importance of the pharmaceutical market in the national economy:**
 - Its value is 360 billion dinars.
 - Existence of political will to encourage the national production of medicines,
 - Market growth by 10% annually for several reasons, including the increase in demand for medicines due to demographic growth and the expansion of social security.
- ▶ **The emergence of generic or generic competition in the pharmaceutical market.**
- ▶ **The nature of the coded or regulated market at the level of production, distribution and prices, and its effects on competition, which requires a study and analysis of the legislation in force.**

دوافع اختيار مجلس المنافسة لدراسة سوق الأدوية:

أهمية سوق الأدوية في الاقتصاد الوطني:

- قيمته 360 مليار دينار،
- وجود إرادة سياسية لتشجيع الإنتاج الوطني للأدوية،
- نمو السوق بنسبة 10 % سنويا لعدة أسباب منها زيادة الطلب على الأدوية بسبب النمو الديموغرافي وتوسع الضمان الاجتماعي.

ظهور الأدوية الجنيسة أو النوعية (generic) المنافسة في سوق الأدوية.

طبيعة السوق المقننة أو المنظمة على مستوى الإنتاج والتوزيع والأسعار وأثار ذلك على المنافسة مما يتطلب دراسة وتحليل للتشريع الساري المفعول.



UNCTAD

Intergovernmental Group of Experts on Competition Law and Policy

17th Session
11-13 July 2017
Room XVII, Palais des Nations, Geneva

Friday, 13 July 2018
Morning Session

Agenda Item 3a. Challenges faced by developing countries in competition and regulation in the maritime transport sector

Contribution by
Federal Antimonopoly Service
Russian Federation

دوافع اختيار مجلس المنافسة لدراسة تنافسية سوق النقل
البحري للبضائع بالحاويات:

Motivations to select the maritime transport market of
containerized goods by Competition Council.

◀ الدورة السابعة عشر لفريق الخبراء الحكومي الدولي المعني بقوانين
وسياسات المنافسة بجنيف جولية 2018 التي شارك فيها مجلس المنافسة.

من بين مواضيع التي كانت مطروحة "التحديات التي تواجه الدول النامية في
المنافسة وضبط السوق النقل البحري"

▶ Intergovernmental Group of Experts on Competition
Law and Policy, seventeenth session, Geneva, 2018.

◀ تقديم مجلس المنافسة بطلب دعم من برنامج P3A من أجل اطلاق
الدراسة والذي قبل بالدعم ووضع خبراء في مشروع الدراسة.

The approach or technique used in the market study.

In order to complete the market study, the Competition Council followed the following procedures and stages:

The stage of including the market study within the council's work programs: where the study project is presented to the members of the council in a deliberation session with a presentation of the reasons for proposing the study and the objectives envisaged therefrom, which ends with a decision to complete the study.

Announcing the launch of the market study on the website of the Competition Council, as well as sending correspondence to the agencies and ministries involved in this market.

The stage of establishing a working group: it consists of two members of the Council and 4 reporters who are appointed by the President of the Competition Council.

The stage of collecting documents and information: There are two types of information:

- Published (legal texts, press releases, similar studies...)
- Unpublished (available at stakeholder concerned by the market

المنهج والتقنيات المتبعة في دراسة السوق

من أجل انجاز دراسة الأسواق اتبع مجلس المنافسة الإجراءات والمراحل التالية:

مرحلة ادراج دراسة السوق ضمن برامج عمل المجلس: حيث يتم عرض مشروع الدراسة على أعضاء المجلس في جلسة مداوولات مع عرض لأسباب اقتراح الدراسة والأهداف المتوخاة منها والتي تنتهي بقرار بانجاز الدراسة .

الإعلان عن إطلاق دراسة السوق على الموقع الإلكتروني للمجلس المنافسة، وكذا إرسال مراسلات الى الهيئات والوزارات المتدخلة في هذه السوق.

مرحلة انشاء فوج عمل: يتكون من عضوين من أعضاء المجلس و4 مقررين يتم تعيينهم من طرف رئيس مجلس المنافسة يعملون بالتنسيق مع مديرية دراسات الأسواق والتحقيقات الاقتصادية.

مرحلة جمع الوثائق والمعلومات: هناك نوعين من المعلومات:

المنشورة وهي علنية متاحة للعامة المتمثلة في النصوص القانونية المنظمة للسوق المعنية، المنشورات الصحفية، دراسات مماثلة والتي يمكن الحصول عليها من الأنترنت.

الغير منشورة ومتواجدة لدى المتعاملين الاقتصاديين الفاعلين في السوق المعني، كما قد تكون متواجدة على مستوى الوزارات المعنية بالقطاع، الجمعيات المهنية أو حماية المستهلك.

Preparing term of reference for the study (book of conditions): which outlines the work program, schedule, work plan, activities to be accomplished, and the desired study's objectives.

Editing questionnaires: which are directed to actors from the public sector and the private sector that have a relationship with the sector, as well as to other regulatory authorities, professional associations or consumer protection.

Sending questionnaires: by contacting those involved in the market, after answering which interviews and meetings are held.

اعداد المصطلحات المرجعية للدراسة (دقت الشروط): والذي يسطر برنامج العمل، الجدول الزمني، خطة العمل، النشاطات المطلوب إنجازها، الأهداف المرجوة من الدراسة.

تحرير الاستبيانات: والتي تكون موجهة للفاعلين من القطاع العام والقطاع الخاص التي لها علاقة بالقطاع، كما تكون موجهة للسلطات الضبط الأخرى، والجمعيات المهنية أو حماية المستهلك.

ارسال استبيانات: عن طريق مراسلة المتدخلين في السوق والتي بعد الإجابة عنها يتم عقد مقابلات واجتماعات.

Holding meetings and conducting interviews: After receiving the answers to the questionnaires, meetings are held with the ministries concerned with the market to discuss and ask questions about market management systems, the structure and composition of the market, those involved in the market, the nature of prices, the legislation regulating the market...

Interviews and field visits are conducted with market participants in order to obtain detailed information and analyze the credibility of the information received.

Editing the draft the Term of Reference : By analyzing the information obtained according to what was stated in the reference term of the study.

Approval of the content of the study's outputs: by holding several meetings with the work team for the final review of the study's outputs.

عقد اجتماعات واجراء مقابلات: بعد استلام الإجابة عن الاستبيانات تعقد الاجتماعات مع الوزارات المعنية بالسوق للنقاش وطرح الأسئلة حول نظم تسيير السوق هيكلية وتركيبية السوق المتدخلين في السوق، طبيعة الأسعار، التشريعات المنظمة للسوق...

ويتم اجراء مقابلات وزيارات ميدانية مع المتدخلين في السوق من أجل الحصول على معلومات مفصلة وتحليل مصداقية المعلومات المستلمة.

تحرير مشروع مخرجات الدراسة: من خلال تحليل المعلومات المتحصل عليها تبعا لما ورد في المصطلحات المرجعية للدراسة.

المصادقة على مضمون مخرجات الدراسة: من خلال عقد عدة اجتماعات مع فريق العمل من أجل مراجعة النهائية لمخرجات الدراسة; وفي حالة وجود جوانب غامضة في الدراسة أو احصائيات مغلوبة يقوم فريق العمل مرة أخرى بطلب معلومات تفصيلية مكتملة بصفة دقيقة من أجل المصادقة على مخرجات الدراسة.

Sending the approved study to:

- Two Chambers Of Parliament,
- First Minister,
- Minister Of Commerce,
- The minister of the relevant sector,
- Publication of the study on the council's website and the official competition bulletin.

إرسال الدراسة المصادق عليها إلى كل من:



الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية
وزارة التجارة وترقية الصادرات

- البرلمان بغرفتيه،
- الوزير الأول،
- وزير التجارة،
- وزير القطاع المعني،
- نشر الدراسة في الموقع الإلكتروني للمجلس والنشرة الرسمية للمنافسة.

4 ARAB
COMPETITION
FORUM



منتدى
المنافسة
العربي

4

Thanks For
Following up and
Listening

شكرا
على حسن المتابعة
والإصغاء