

A LA UNE

DDC203a3 **Condamnation d'Apple : le droit de la concurrence a-t-il perdu sa boussole ?**

- *Aut. conc., déc., 31 mars 2025, n° 25-D-02, relative à des pratiques mises en œuvre dans le secteur de la publicité sur applications mobiles sur les terminaux iOS : consultable à l'adresse <https://lext.so/8likhe>*

L'Autorité de la concurrence qualifie d'abus de position dominante l'introduction par Apple du système « ATT » qui impose aux éditeurs d'applications de récolter un consentement supplémentaire pour la collecte des données personnelles.

Dans cette décision, l'Autorité a mené une analyse très fine des marchés pertinents, qui l'a notamment conduite à déceler l'existence d'un marché de « la distribution d'application sur les terminaux mobiles iOS » et à distinguer, sur ce marché, les faces éditeurs et consommateurs. Ce faisant, cela a *de facto* placé la boutique d'applications « Apple store » en situation de monopole puisque la boutique d'applications « Google Play » ne fonctionne que sous Android. Pareille délimitation nous semble discutable. L'argument selon lequel l'éditeur d'une application a besoin d'être distribué dans les deux boutiques d'application que sont Google Play et l'App Store ne convainc pas. À ce compte, chaque enseigne de la grande distribution devrait être réputée en situation de monopole sur le marché de l'accès aux linéaires puisque les fournisseurs ont besoin d'être présents dans toutes les enseignes. Même une fois admise l'existence d'une situation monopolistique, Apple a vainement tenté d'échapper à la position dominante, arguant du contrepoids que constitue le pouvoir des consommateurs sur le marché primaire de l'achat du produit principal (le téléphone).

S'agissant de l'abus, l'Autorité a reproché à Apple d'avoir imposé aux éditeurs, qui développent des applications distribuées dans l'Apple store, le recours à une nouvelle méthode de collecte des consentements appelée ATT. Il a particulièrement été reproché à Apple de ne pas avoir fait coïncider cette méthode avec les contraintes du RGPD. Par exemple, la fenêtre ATT ne permet pas d'insérer un lien hypertexte vers des informations supplémentaires, comme l'impose le RGPD. Cela oblige les développeurs d'application à placer une deuxième fenêtre afin de demander aux internautes un consentement complémentaire. Selon l'Autorité, il en résulte une atteinte au principe de « neutralité », étant donné que, pour pouvoir récolter les données, l'éditeur a besoin de deux autorisations successives. L'Autorité a estimé (i) que la nouvelle sollicitation ATT avait été imposée aux éditeurs d'applications qui n'ont d'autre choix que de s'y soumettre et (ii) qu'elle n'était ni nécessaire ni proportionnée aux objectifs de protection des données personnelles avancés par Apple. Selon l'Autorité, la sollicitation ATT a inutilement complexifié le parcours de l'internaute qui doit donner deux consentements successifs et réduit l'accès des éditeurs aux données personnelles. L'analyse surprend. D'une part, comme souvent s'agissant d'abus d'exploitation, on peine à identifier le scénario anticoncurrentiel. La pratique a porté préjudice aux éditeurs d'applications, dont l'accès aux données personnelles qu'ils monnayaient en vue de faire de la publicité ciblée est davantage limité qu'auparavant. Certes. Mais où se situe la restriction de concurrence ? Les développements succincts et tardifs de l'Autorité sur l'avantage qu'auraient les « grands » opérateurs qui agissent dans des écosystèmes « logués » (c'est-à-dire avec identification de l'internaute) sur les « petits » opérateurs qui ont besoin du système ATT pour recueillir le consentement des internautes ne suffisent pas. D'autre part, le fait que la pratique aboutisse à une protection renforcée des données personnelles n'aurait-il pas dû suffire pour justifier la pratique ?

S'agissant du calcul de l'amende, la méthode décrite dans le communiqué *Sanctions* a été écartée au profit de la méthode « forfaitaire », qui a ici permis d'imposer une amende plus lourde. Manifestement, pour l'Autorité, la fin justifie les moyens.

Anne-Sophie Choné-Grimaldi, professeur à l'université Paris Nanterre

Directrice scientifique : Anne-Sophie Choné-Grimaldi
Directrice de la publication : Emmanuelle Filiberti
Responsable de rédaction : Angélique Farache

Conseil scientifique : Michel Debroux,
 François-Luc Simon, Olga Zakharova-Renaud

SOMMAIRE

► GÉNÉRAL

- Selon Le Conseil constitutionnel, le droit de se taire n'a pas à être notifié lors des OVS de l'AMF **2**
- Selon l'ACPR, il serait impossible, car contraire à l'ordre public, d'assurer les sanctions pécuniaires prononcées par une autorité administrative **2**

► CONTRATS DE DISTRIBUTION

- Résiliation et multifranchise : l'imputabilité reste individuelle **3**

► PRATIQUES RESTRICTIVES DE CONCURRENCE

- Rupture brutale de relation commerciale : formalisme toujours... **3**
- SRP 10 et encadrement des promotions : « EGalim » ou l'expérimentation permanente **4**
- Rupture brutale dans le secteur d'accessoires de sport **4**

► CONCURRENCE DÉLOYALE ET PARASITISME

- Précisions sur la présomption de préjudice résultant d'un acte de concurrence déloyale **5**
- Une nouvelle application de la théorie des « faits distincts » **5**

► PRATIQUES ANTICONCURRENTIELLES

- Entente verticale : la cour d'appel de Paris confirme la décision de l'Autorité de la concurrence dans l'affaire *Mobotix* **6**

► AIDES D'ÉTAT

- Publication du tableau de bord des aides d'État pour 2024 (chiffres 2023) : poursuite du reflux quantitatif post-Covid et priorité aux aides consacrées aux économies d'énergie et à la protection de l'environnement **6**

► DROIT INTERNATIONAL PRIVÉ

- Qualification de l'action en rupture brutale : la Cour de justice maintiendra-t-elle sa jurisprudence *Granarolo* ? **7**
- Les clauses attributives de juridiction asymétriques validées par la Cour de justice **7**