

A LA UNE

DDC203b8 DMA : premières sanctions infligées par la Commission européenne, entre mesure et fermeté

• *Comm. UE, communiqué, 22 avr. 2025, IP/25/1085, décisions Apple et Meta*

La Commission européenne a adopté, le 23 avril 2025, ses deux premières décisions de non-conformité au règlement DMA, imposant à Apple et Meta des amendes de 500 millions d'euros et 200 millions d'euros respectivement. Dans le cas de Meta, c'est le modèle « pay-or-consent » qui est sanctionné en ce qu'il impose aux utilisateurs un choix binaire entre l'acceptation de publicités ciblées ou le paiement d'une mensualité pour les éviter. Pour sa part, Apple a été sanctionnée pour ne pas avoir respecté ses obligations « steering » à l'égard des développeurs d'applications. Le même jour, la Commission a clôturé son enquête à l'égard d'Apple portant sur divers choix offerts aux utilisateurs.

C'est peu dire que les deux décisions rendues le 23 avril par la Commission étaient attendues. À la suite de l'entrée en vigueur du DMA (Règlement (UE) 2022/1925) le 1^{er} novembre 2022 et de la mise en œuvre effective des obligations imposées aux contrôleurs d'accès à partir du 7 mars 2024, plusieurs enquêtes avaient été initiées dès le 25 mars 2024 à l'encontre d'Apple et de Meta, mais aussi d'Alphabet (sans décision à ce jour).

Apple a été sanctionnée pour ne pas avoir respecté ses obligations en matière de « steering », c'est-à-dire l'obligation de permettre aux développeurs d'applications d'informer les utilisateurs et leur permettre de s'orienter aisément vers des offres tierces, en dehors de l'App Store. La Commission a constaté que les restrictions imposées par Apple empêchent les développeurs et les consommateurs de bénéficier pleinement de ces alternatives. Apple s'est vu infliger la plus forte des deux amendes (500 millions d'euros) et doit supprimer ces restrictions sous peine de sanctions supplémentaires.

De son côté, Meta a été sanctionnée pour son modèle « pay-or-consent », qui ne respectait pas l'obligation de donner aux utilisateurs un véritable choix entre un service personnalisé avec publicités et un service moins intrusif en termes de données personnelles. En cela, la Commission semble avoir entièrement repris à son compte l'analyse de la notion de « consentement librement donné », issue du RGPD et intégrée dans l'article 5(2) du DMA, telle que figurant dans les opinions du Comité européen de la protection des données (EDPB).

Par ailleurs, la Commission examine actuellement une nouvelle version du modèle publicitaire de Meta, introduite en novembre 2024, pour vérifier sa conformité. Signalons enfin que deux jours après ces premières sanctions, la Commission a publié son deuxième rapport d'application du DMA, en application de l'article 35 de ce règlement (COM(2025) 166 final, 25 avr. 2025).

Au-delà du fond de ces décisions, il est permis d'y voir un message tant politique que juridique. Dans un contexte de fortes tensions commerciales entre l'Union et les États-Unis, l'imposition de telles amendes est, en soi, un signal de fermeté. Pour autant, la relative modération des montants – du moins au regard des standards propres aux sanctions antitrust – envoie le signal d'une certaine retenue.

La Commission semble donc avoir privilégié une approche médiane, combinant une indéniable fermeté dans l'application des principes et une forme de retenue dans les sanctions. Sans doute faut-il y voir une volonté de maintenir ouvert le « dialogue de régulation » qui fait intrinsèquement partie de cet outil hybride qu'est le DMA, entre concurrence et régulation.

Michel Debroux, docteur en droit, directeur d'études

à l'École de droit et management (Paris 2), avocat aux barreaux de Paris et de Bruxelles

SOMMAIRE

► GÉNÉRAL

- Quand le plafond de la sanction administrative s'applique même en cas de pluralité de manquements **2**

► CONTRATS DE DISTRIBUTION

- Distribution exclusive et règlement d'exemption **2**
- Des contours du devoir d'information précontractuelle **3**
- Pas de résiliation pour le non-respect d'objectifs d'achats irréalistes dans un contrat de distribution **3**

► CONCURRENCE DÉLOYALE ET PARASITISME

- Un service de comparaison en ligne de produits ou de services édité par un non-concurrent ne relève pas du régime de la publicité comparative **4**
- Sanction simplifiée de la concurrence déloyale par mentions inexactes sur le site d'un groupement de pharmaciens **4**
- Concurrence déloyale : la délicate mesure de l'avantage concurrentiel indu **5**

► PRATIQUES ANTICONCURRENTIELLES

- OVS aux domiciles des salariés : quelles limites ? **5**
- Contrat de brasseur et approvisionnement exclusif **6**

► PRIVATE ENFORCEMENT

- Action de groupe : une nouvelle ère ? **6**

► CONTRÔLE DES CONCENTRATIONS

- Contrôle des concentrations : le Conseil d'État confirme la reprise des actifs de Cellnex par Phoenix Tower International (PTI) **7**
- Concentrations : l'Autorité de la concurrence autorise une restructuration dans le secteur agroalimentaire **7**