

Ciblage publicitaire : pas de mesures conservatoires à l'encontre d'Apple mais poursuite de l'instruction du dossier au fond

Publié le 17 mars 2021

A la suite de la saisine de plusieurs associations représentant les acteurs de la publicité en ligne et contestant les pratiques mises en œuvre par Apple à l'occasion des modifications de son système d'exploitation iOS 14, l'Autorité rejette les demandes de mesures conservatoires mais poursuit l'instruction au fond du dossier.

Etait plus particulièrement en cause l'introduction obligatoire de la sollicitation ATT pour les applications sur IOS qui souhaiteraient faire un suivi de l'activité de l'utilisateur sur des sites tiers.

L'Autorité estime, à ce stade, que l'introduction de la sollicitation ATT (« App Tracking Transparency ») ne paraît pas traduire de la part d'Apple un abus de position dominante conduisant à imposer des conditions de transactions inéquitables aux développeurs d'applications.

Elle poursuivra cependant l'instruction du dossier au fond pour vérifier qu'Apple ne s'est pas appliquée des règles moins contraignantes qu'aux autres développeurs d'applications (« self preferencing »).

Pas de mesures conservatoires à l'encontre d'APPLE mais poursuite de l'instruction au fond du dossier

Décision 21-D-07 du 17 mars 2021



Qu'est-ce que le dispositif ATT ?

Dans le cadre du déploiement d'iOS14, Apple a prévu la mise en place d'un dispositif dénommé ATT pour *App Tracking Transparency*.

Ce dispositif consiste en l'affichage d'une fenêtre requérant le consentement explicite de l'utilisateur d'une application dès lors que celle-ci souhaite suivre ses activités sur d'autres applications ou sites web.

L'utilisateur pourra donc autoriser ou refuser la collecte par des tiers de ses données personnelles à des fins de ciblage publicitaire.



Que reprochent les acteurs de la publicité en ligne à Apple ?

Les acteurs de la publicité en ligne estiment que le dispositif ATT d'Apple leur impose des conditions de transactions inéquitables - le recueil du consentement existant déjà pour les développeurs d'applications - et ajoute des obligations supplémentaires indues.

Dans leur plainte, ils demandaient également le prononcé de mesures d'urgence.



Quel est le sens de la décision de l'Autorité ?

L'Autorité ne prononce pas de mesures conservatoires. En effet, la stratégie d'Apple n'apparaît pas, à ce stade, anticoncurrentielle et relève de l'exercice légitime de sa stratégie commerciale en matière de protection des données personnelles.

Cependant, l'Autorité poursuit l'instruction du dossier au fond pour vérifier qu'Apple ne s'est pas appliquée des règles moins contraignantes qu'aux autres développeurs d'applications (« *self preferencing* »).

Autorité
de la concurrence

COMMUNIQUÉ DE PRESSE

du 17 mars 2021

[Lire le communiqué](#)