

Publicité en ligne : les décisions et avis de l'Autorité

Publié le 04 mai 2023

Autorité de la concurrence

PUBLICITÉ EN LIGNE

Les décisions et avis de l'Autorité

AVIS

ENQUÊTE SECTORIELLE

2018
Enquête sectorielle sur le fonctionnement concurrentiel et l'importance de l'exploitation de données.
Les éléments recueillis dans ce cadre ont - pour certains - conduit à l'ouverture de procédures contentieuses.
AVIS 18-A-03

DÉCISIONS

RÈGLES IMPOSÉES AUX ANNONCEURS

2010 / Google
Mesures d'urgence et engagements concernant les règles relatives aux dispositifs de contournement des contrôles routiers
• Plainte de NAVX
DÉCISIONS 10-MC-01/10-D-30

2019 / Google
Mesures d'urgence et sanction concernant les règles relatives à la promotion de services normalement gratuits et l'information des consommateurs
• Plaintes d'AMADEUS et GIBMEDIA
DÉCISIONS 19-MC-01/19-D-26

VIE PRIVÉE ET CONCURRENCE

2021 / Apple
Pas de mesures conservatoires mais poursuite de l'instruction au fond (solicitation ATT)
• Plaintes de IAB/HMA/UDECAM/SRI/GESTE
DÉCISION 21-D-07

AD TECH

2021 / Google
Sanction à hauteur de 220 M€ et engagements relatifs au fonctionnement du serveur publicitaire et des enchères programmatiques
• Plainte de NEWSCORP et groupe ROSSEL LA VOIX
DÉCISION 21-D-11

2022 / Meta
Engagements relatifs au partenariat Meta Business Partners et à la création d'une interface de programmation (API)
• Plainte de CRITEO
DÉCISION 22-D-12

2023 / Meta
Mesures conservatoires concernant l'accès aux données pour les vérificateurs indépendants
• Plainte d'ADLOOX
DÉCISION 23-MC-01

Certaines décisions mentionnées ont pu faire l'objet de recours et pourvois devant les juridictions compétentes.

COMMUNIQUÉ DE PRESSE DU 4 MAI 2023

Vérification publicitaire sur Internet : l'Autorité de la concurrence prononce des mesures conservatoires à l'encontre de Meta

[Lire le communiqué](#)