

Targeted advertising: no urgent interim measures against Apple but the Autorité continues to investigate into the merits of the case

Published on March 17, 2021

Following the referral from several associations representing various players of the online advertising sector and contesting practices implemented by Apple on the occasion of upcoming changes to its iOS 14 operating system, the Autorité rejects the request for interim measures but continues the investigation into the merits of the case.

More specifically, the issue was the mandatory introduction of the App Tracking Transparency (ATT) solicitation for applications on iOS that would like to monitor the user activity on third party websites.

The Autorité considers, at this stage, that the introduction of the ATT solicitation does not appear to reflect an abuse of a dominant position on the part of Apple, leading to imposing unfair trading conditions to application developers.

The investigation into the merits of the case will however make it possible to ensure that this process does not constitute an anticompetitive practice, in particular in that it would reflect a form of discrimination or "self-preferencing" on Apple's part.

CIBLAGE PUBLICITAIRE

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



PRESS RELEASE

of 17 March 2021

[See the press release](#)