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 »).



COMMUNIQUÉ DE PRESSE

du 17 mars 2021

Lire le communiqué