

Communiqué de presse

Paris, le 20 janvier 2026

Apple ATT : l’Alliance Digitale, le GESTE, le SRI et l’UDECAM prennent acte de la décision du Président du TJ de Paris de ne pas suspendre ATT et examinent les voies de recours

La coalition formée par l’Alliance Digitale, le GESTE, le SRI et l’UDECAM prend acte de la décision rendue ce jour par **le Président du tribunal judiciaire de Paris**, qui a estimé qu’il n’y avait pas lieu de **suspendre le dispositif App Tracking Transparency (ATT)** mis en œuvre par **Apple**.

Le Président du Tribunal a émis des doutes sur l’existence à date d’ATT et son illicéité, malgré la décision de l’Autorité de la concurrence de mars 2025. **Les associations coalisées, mobilisées depuis 2020 contre ATT et ses effets négatifs sur tout l’écosystème mobile, poursuivront leurs actions pour faire cesser les agissements anticoncurrentiels d’Apple et œuvrer à un cadre loyal, équitable et durable pour tous les acteurs.**

Une action menée pour lutter contre le maintien par Apple de ces pratiques abusives

En septembre 2025, soit six mois après la décision rendue par l’Autorité française de la concurrence sanctionnant Apple pour les conditions d’imposition d’ATT, Apple n’avait apporté aucune modification à ce dispositif, qui a d’ailleurs toujours cours. **Apple a fait appel de cette décision et multiplie les manœuvres dilatoires pour tenter d’en neutraliser les effets en France.** Le jugement qui vient d’être rendu en est malheureusement l’illustration puisqu’Apple assume n’avoir rien modifié à ATT mais semble considérer que le seul paiement de l’amende de 150 millions d’euros suffit.

La coalition d’associations avait décidé d’engager cette procédure en référé pour obtenir la suspension d’ATT sous astreinte *a minima* en France. Le Président du Tribunal a décidé de ne pas ordonner de mesures conservatoires en retenant qu’il n’était pas suffisamment établi qu’ATT persiste, dans l’état dans lequel il avait été jugé illégal par

l'Autorité. Ce premier jugement vient ainsi réduire significativement la portée de la décision de l'Autorité. C'est une occasion manquée de suspendre temporairement l'impact préjudiciable d'ATT sur l'écosystème dans l'attente que la décision de l'Autorité soit définitive, et ce alors que l'autorité italienne de concurrence vient de condamner ATT pour les mêmes motifs.

Cette décision en référé, qui ne concerne pas le fond du dossier, n'entame pas la détermination de la coalition à poursuivre son action pour faire cesser les agissements abusifs d'Apple qui affectent tout l'écosystème.

Apple doit cesser d'abuser de sa position dominante au détriment des opérateurs de l'écosystème mobile

Pour rappel, **dans sa décision du 31 mars 2025, l'Autorité française de la concurrence a jugé que les conditions de mise en œuvre de l'ATT sont anticoncurrentielles**. L'Autorité a sanctionné l'imposition par Apple d'un mécanisme artificiellement complexe au détriment de l'ensemble des acteurs de l'écosystème – éditeurs, régies, annonceurs et partenaires technologiques - de manière asymétrique, discriminatoire et non proportionnée aux objectifs prétendus de protection des données des utilisateurs. Cette décision a été assortie d'une **amende de 150 millions d'euros**.

En décembre 2025, **son homologue italienne, l'AGCM, a condamné Apple à une amende de 98 millions d'euros pour les mêmes pratiques**. D'autres procédures à l'encontre d'Apple ATT sont par ailleurs en cours en Allemagne, en Roumanie, en Pologne, ainsi qu'au Brésil.

Parallèlement et alors que les pratiques abusives perdurent, les associations observent que **les activités publicitaires d'Apple se sont tant renforcées au cours des trois dernières années** qu'Apple a récemment notifié à la Commission européenne que son service Apple Ads avait dépassé les seuils prévus par le règlement sur les marchés numériques (Digital Markets Act), ce qui ouvre la voie à sa **désignation comme « gatekeeper » sur le volet publicitaire. En capitalisant sur ces pratiques, la place d'Apple sur le marché publicitaire se consolide au détriment des autres acteurs**.

De plus, malgré sa communication autour de la protection de la vie privée, Apple a été condamné par une décision de la CNIL de décembre 2022 pour violation des règles de protection des données, décision qui vient d'être confirmée par le Conseil d'Etat en octobre 2025. Sa communication autour de la protection de la vie privée continue donc de s'apparenter à du "**privacy-washing**", puisque cette décision retenait déjà qu'**Apple tire un avantage concurrentiel de l'exploitation des données des utilisateurs notamment à des fins publicitaires, pour ses propres services**.

À propos d'Alliance Digitale

L'Association du Marketing Digital et de la Data, Alliance Digitale, est dédiée à la représentation de l'ensemble des métiers et professionnels liés à la data et au marketing, qu'il soit print ou digital, en France. Son objectif est de favoriser leur développement, de défendre leurs intérêts et de contribuer activement aux discussions nationales, européennes et internationales. Alliance Digitale représente les intérêts de plus de 300 entreprises du secteur du marketing digital. Elle est un interlocuteur privilégié des pouvoirs publics et des régulateurs, tant au niveau français qu'europeen. L'association est également un partenaire important des médias et d'autres associations professionnelles de l'écosystème numérique.

À propos du Geste

Le GESTE est une organisation française qui regroupe les principaux éditeurs de contenus et de services en ligne, soit plus de 100 membres, regroupant des éditeurs de TV, radio publics et privés, des éditeurs de presse ainsi que des pure players dont la x des groupes de médias français. Depuis sa création en 1987, le GESTE analyse les évolutions des modèles économiques des éditeurs, permet de mieux comprendre les enjeux de la transformation numérique et contribue à l'élaboration de conditions économiques, législatives et concurrentielles favorables.

À propos du SRI

Le SRI - Syndicat des Régies Internet - est une organisation interprofessionnelle qui représente les intérêts des régies dans la chaîne de valeur de la publicité digitale en France. Nos adhérents travaillent dans un esprit de coopétition et se répartissent en 2 collèges : le collège « Régies » qui rassemble des régies digitales adossées à des publishers, et le collège « Partenaires Technologiques » qui réunit des acteurs exerçant une activité technologique de monétisation publicitaire sur Internet. Pour peser au sein de la chaîne de valeur de la publicité digitale. Le SRI agit sur trois fronts complémentaires : le décryptage du marché, l'amélioration des pratiques et la défense des intérêts collectifs.

À propos de l'UDECAM

L'UDECAM, (Union des Entreprises de conseil et d'Achat Media) est l'organisme professionnel des agences médias en France. L'Udecam regroupe 95% des agences médias françaises et rassemble : Anacrouse, CoSpirit Media, Dentsu (Carat, iProspect, DentsuX), Media units of Havas Group (Havas Media, Arena Media, Agence79), GroupM (EssenceMediacom, Wavemaker, Mindshare), IPG Mediabrands (Initiative, UM), Mediaplus, Oconnection, OmnicomMediaGroup (OMD, Remind-PhD, Fuse), Publicis Media (Zenith, Starcom, Spark, Blue 449, Performics & Publicis Connect), Repeat, Values.

Depuis 1996, L'UDECAM est un lieu de dialogue et de concertation avec les différents partenaires des médias et de la communication, mais aussi entre les Agences membres. Elle promeut l'expertise média et hors média, défend les intérêts collectifs de ses membres et assure la représentation des agences média auprès de l'ensemble des acteurs du marché : pouvoirs publics, organismes professionnels et interprofessionnels, propriétaires de médias, annonceurs, leaders d'opinion.