

Apple sur le fil du rasoir avec ses pratiques anticoncurrentielles

Apple n'a peur de rien, ni de personne. Ce pourrait être un début de morale à ses différentes affaires. D'un côté, la Commission internationale du commerce américain (**International Trade Commission**, ITC) donne suite à la plainte du taiwanais HTC pour la violation de ses brevets par la marque à la pomme. Et de l'autre, la **Federal Trade Commission** (FTC), en charge du droit de la consommation, examine les règles supposées anticoncurrentielles du géant américain *via sa régie publicitaire iAd*. Sale temps pour Apple?

Suite à [la plainte déposée en mai dernier par HTC](#) pour violation de cinq de ses brevets, l'ITC a réagi. Et pour cause... Le constructeur taiwanais revendique les innovations qui font aujourd'hui le succès des iPod, iPhone et iPad créés par la firme de Cupertino. Selon les informations de l'agence de presse *Reuters*, parmi les brevets incriminés, « deux [...] sont liés à la gestion de la consommation d'énergie d'un smartphone et trois à la manière dont sont composés des numéros de téléphone issus d'un répertoire ».

Apple contre HTC, HTC contre Apple, les plaintes se suivent

Si l'ITC charge Apple, *a priori*, il faut rappeler que la firme de Cupertino a attaqué la première. En mars 2010 se jouait en effet Apple contre HTC (et accessoirement, [Apple contre Nokia](#)), et pas l'inverse.

Dans cette première affaire, « l'ITC a prévu de rendre un avis [...] début octobre », a indiqué *Reuters* le 14 juin. Quant à celle détaillée ci-dessus, HTC contre Apple, « l'ITC dispose de 45 jours pour fixer une date de clôture du dossier ». L'interdiction d'importation des produits Apple souhaitée par HTC n'est donc pas encore à l'ordre du jour.

Côté publicité aussi, Apple fait des vagues. Ce n'est pas l'ITC mais la FTC qui se penche sur les pratiques de la marque à la pomme. Le problème concerne cette fois-ci, les règles imposées par la firme aux développeurs et donc aux régies publicitaires concurrentes au sein de sa propre régie l'iAd.

Haro des développeurs sur la tentative de monopolisation du marché publicitaire mobile

Lors du [WWDC2010](#) – la conférence d'Apple dédiée aux développeurs qui s'est déroulée du 7 au 11 juin 2010 – la firme a en effet annoncé son refus de voir les données personnelles des consommateurs fournies, *via* ses applications, à des régies publicitaires concurrentes, et notamment à celles détenues par Google et Microsoft. [N'est pas VIP qui veut au sein de l'iAd](#).

A l'unisson, les développeurs et les régies publicitaires ont donc crié à la tentative de monopolisation de ce marché par Apple, d'où l'enquête de la FTC. Comme nous l'expliquions déjà [le 11 juin, ces pratiques ont comme un petit goût de revanche](#)... Google a en effet acquis AdMob aux dépens d'Apple en novembre 2009.

Côté pile donc, un succès confirmé avec [les ventes de l'iPad](#) (plus de 2 millions d'unités vendues en

deux mois) et un succès à venir avec [l'iPhone 4](#), dont la sortie est annoncée en France le 24 juin. Côté face, les bassesses des constructeurs, d'Apple en l'occurrence, dont les conséquences juridiques pourraient réserver des surprises...