

Coalition for App Fairness : le front se densifie contre les app stores

Et de [30 membres](#) pour la Coalition for App Fairness.

Ce groupement d'éditeurs* a [récemment émergé](#) pour dénoncer les pratiques des exploitants d'*app stores*. Son action s'inscrit, notamment, dans la lignée d'enquêtes que la Commission européenne a [ouvertes en juin](#) contre Apple.

Quelques-uns des 13 membres fondateurs avaient déjà haussé publiquement le ton. Spotify en fait partie, avec sa campagne [Time to Play Fair](#). Idem pour Epic, qui a lancé un front sous la bannière [#FreeFortnite](#).

La Coalition for App Fairness ne compte désormais plus seulement des entreprises dans ses rangs. Elle a aussi accueilli des organisations qui les représentent. En l'occurrence, l'European Publishers Council et la Mobile Marketing Association.

À la croisée des domaines d'activité ces deux organisations, il y a, entre autres, Schibsted. Le groupe média suédois vient de rejoindre la Coalition for App Fairness. Il reproche à Apple deux éléments en particulier. D'un côté, sa captation du marché publicitaire. De l'autre, le fait qu'il lui impose l'intégration de son système d'achat dans ses applications.

Ce système est au cœur des plaintes de la Coalition for App Fairness. Plus précisément pour la taxe de 30 % qu'Apple prélève depuis 2011 sur la plupart des achats.

Heads up on why [@WordPressiOS](#) updates have been absent... we were locked by App Store. To be able to ship updates and bug fixes again we had to commit to support in-app purchases for .com plans. I know why this is problematic, open to suggestions. Allow others IAP? New name?

— Matt Mullenweg (@photomatt) [August 21, 2020](#)

Microsoft saisit l'occasion

De manière générale, le collectif dénonce les règles de l'App Store, qui empêcheraient une concurrence saine et une liberté de choix pour les utilisateurs finaux.

Aussi propose-t-il, pour rectifier le tir, un « code de conduite » en dix points à destination des fournisseurs d'*app stores*. Parmi eux :

- Donner aux développeurs tiers l'accès aux mêmes interfaces et informations techniques que celles ouvertes à leurs propres équipes
- Permettre aux éditeurs de communiquer avec leurs utilisateurs directement au sein de leurs applications
- S'abstenir de bloquer ou de discriminer des applications sur la base de leur modèle économique ou de la façon dont elle est délivrée

- Être transparent sur les règles des app stores et leur évolution, tout en proposant des mécanismes « rapides, simples et justes » de résolution des conflits

Microsoft [l'a adopté](#) au mot près. Et ne s'est pas fait prier pour tancer ses concurrents, tout en [invitant](#) les régulateurs à les scruter.

- 2 million apps removed because they were made obsolete by iOS updates
- 1 million app submissions rejected because of [@Apple's](#) objections to the content
- 150K app submissions rejected for violating Apple's privacy guidelines

It's time to open the App Store.

— Coalition for App Fairness (@appfairness) [October 1, 2020](#)

* Deux entreprises françaises sont de la partie : Deezer et Qobuz.

Photo d'illustration © ymgerman – shutterstock.com