

RGPD : un obstacle de taille à l'innovation applicative ?

Le règlement général sur la protection des données (RGPD) a un impact « substantiel » sur le volume d'applications mobiles disponibles sous Android.

C'est en tout cas la conclusion d'un [document de travail](#) de quatre* chercheurs en économie. Selon leur analyse**, le texte réglementaire européen approuvé le 27 avril 2016 et entré en vigueur le 25 mai 2018 a réduit « d'un tiers » le nombre d'applications disponibles sur le Play Store de Google.

Actuellement, Google Play compte environ 3,48 millions d'applications, contre environ 2,2 millions en 2016, au début de la période étudiée. Les développeurs d'applications, de leur côté, doivent faire face au coût du respect des règles (consentement, traitement, confidentialité, etc.).

Aussi, depuis l'activation du RGPD, moins de nouvelles applications ont été créées – les entrées de nouveautés auraient chuté de plus de 47%, selon les chercheurs.

Régulation, application, innovation

L'étude ne dit pas dans quelle mesure d'autres facteurs que le RGPD – comme les purges régulières des magasins d'applications et la rivalité entre Google (Android) et Apple (iOS) – impactent le marché applicatif mobile et l'innovation, comme [a relevé](#) The Register.

Max Schrems, connu pour ses actions en justice qui ont abouti à l'annulation du [Safe Harbor](#), puis du [Privacy Shield](#), a son idée.

« Si le RGPD était le grand tueur, des tonnes d'applications ou de sites web ne seraient pas disponibles dans l'Union européenne, tout en étant disponibles aux États-Unis », [a déclaré](#) l'activiste autrichien et fondateur de l'organisation européenne à but non lucratif [noyb](#)***.

En outre, le nombre moyen d'utilisateurs par application aurait augmenté d'environ 25% sur la période étudiée – les utilisateurs migrent vers des applications de plus grande qualité ou moins intrusives, semble-t-il.

*Rebecca Janßen (ZEW Mannheim, Allemagne), Reinhold Kesler (Université de Zurich, Suisse), Michael Kummer (Université d'East Anglia, Royaume-Uni) et Joel Waldfogel (Université du Minnesota, États-Unis).

**Les chercheurs ont examiné des données couvrant 4,1 millions d'applications disponibles par le biais du Play Store de Google entre juillet 2016 et octobre 2019. Leur analyse a été diffusée par le biais du Bureau national américain de recherche économique (NBER), organisme privé, sans but lucratif.

***None of Your Business.